

## Akses Perempuan terhadap Ruang Publik (Studi Kasus *Coffee Shop* di Banda Aceh)

Nur Azura<sup>1</sup>, Abdul Manan<sup>2</sup>, Ikhwan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam, Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia.

<sup>3</sup> Correspondence email: [ikhwan@ar-raniry.ac.id](mailto:ikhwan@ar-raniry.ac.id)

### Article Info

#### Article history:

Received: August 09, 2024

Revised: August 18, 2024

Accepted: August 25, 2024

#### Keywords:

Access;

Woman;

Coffee Shop;

Banda Aceh.

#### Kata Kunci:

Akses;

Perempuan;

Coffee Shop;

Banda Aceh.

### ABSTRACT

The cultural shift that occurred among the people of Banda Aceh which used to be called a coffee shop (keude kuphi) where the majority of people inside were men, has now changed to a coffee shop where more female visitors spend their time gathering in the coffee shop. This research examines women's access to coffee shops in Banda Aceh, the concept of women-friendly coffee shops, and the public's perception of the presence of women in coffee shops. The research method used is descriptive qualitative with the types of instruments used are observation, interviews and documentation. The results of the research state that women's access to coffee shops in Banda Aceh has been accepted, however their presence is still accompanied by conditions related to visiting times not until late at night unless they are present with their husband or family and the clothes they wear must comply with Sharia. Islam does not reveal the nakedness. The coffee shop concept is friendly to women which can be used for work, reading and productivity like a place that has a modern design. Coffee shops are a favorite place for women in big cities. The perception of the people in Banda Aceh regarding the presence of women in coffee shops and coffee shops has 2 different views, some say it is good and some say it is not good.

### ABSTRAK

Pergeseran budaya yang terjadi ditengah masyarakat Banda Aceh yang dulunya disebut sebagai warung kopi (keude kuphi) dimana mayoritas didalamnya adalah laki-laki, dimana sekarang sudah berubah menjadi coffee shop yang pengunjungnya didominasi oleh perempuan yang menghabiskan waktu dengan berkumpul di coffee shop. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana akses perempuan terhadap coffee shop di Banda Aceh, konsep coffee shop yang ramah terhadap perempuan, dan persepsi masyarakat terhadap keberadaan perempuan di coffee shop. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa akses perempuan terhadap coffee shop di Banda Aceh telah diterima, akan tetapi kehadiran mereka masih disertai dengan kondisi-kondisi terkait soal waktu kunjungan tidak sampai larut malam kecuali mereka berhadir bersama suami atau keluarga dan pakaian yang di gunakan harus sesuai dengan Syariat Islam tidak menampakkan aurat. Konsep coffee shop ramah terhadap perempuan yang dapat dimanfaatkan untuk bekerja, membaca, dan produktivitas seperti tempat yang memiliki desain modern. Coffee shop menjadi tempat favorit bagi perempuan di kota-kota besar. Persepsi masyarakat di Banda Aceh terhadap keberadaan perempuan di warung kopi maupun di Coffee shop memiliki 2 pandangan yang berbeda, sebagian mengatakan baik dan sebagian lagi mengatakan tidak baik.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## 1. PENDAHULUAN

Habermas, dalam bukunya *The Structural Transformation of The Public Sphere*, menyatakan bahwa Eropa di abad ke 18 mengalami perkembangan ruang pemikiran publik yang terpusat di salon dan warung kopi, sebelum hal ini terjadi, Eropa pada umumnya adalah wilayah feodal yang menentukan dan menyelesaikan urusan publik di ruang-ruang pengadilan negara. Ketika kekuasaan monarki mulai melemah di Eropa terlebih lagi setelah terjadi revolusi Perancis, tarik menarik antara pihak raja-raja, gereja dan kaum borjuis semakin kencang yang kemudian memicu munculnya kondisi masyarakat yang memilih untuk memiliki ruang untuk menyampaikan pendapat secara bebas dan terbuka, dan salah satu tempat tersebut adalah warung kopi.

Pengalihan fungsi warung kopi yang semula hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi dengan diselingi percakapan-percakapan ringan menjadi ruang untuk menyampaikan pendapat terkait dengan gejala-gejala sosial yang terjadi sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Frederich Nietzsche yang menyatakan bahwa konsep budaya yang terlalu “ketat” menyeragamkan konsep etika dalam institusi-institusi yang khusus tidak mampu mewakili makna etis dalam kultur itu sendiri, yang terjadi kemudian adalah bentuk-bentuk penyimpangan, perubahan dan kesepakatan perilaku masyarakat yang senantiasa tanpa sadar menantang konsep-konsep baku etis tersebut (Ikhwan, 2020).

Dalam perkembangannya kemudian warung kopi tidak hanya menjadi tempat perbincangan kondisi sosial masyarakat yang sedang terjadi namun juga menjadi sentral interaksi antara kaum-kaum muda sebagai bagian dari gaya hidup dengan tema-tema yang baru seperti seni. Seperti di salah satu kedi kopi di Jakarta Barat Warung Suguah Kopi yang menyediakan tidak hanya secangkir kopi tapi juga ruang ekspresi seni yang kemudian melahirkan komunitas seni (Eka Perwitasari Fauzi, 2019).

Aceh, sebagai salah satu sentra penghasil kopi di Indonesia, tentu saja memiliki tradisi kopi yang kuat, hal ini bisa dilihat dengan jumlah warung kopi di Aceh yang sangat tinggi baik di ibukota provinsi sampai ke tingkat-tingkat daerah, keberadaan warung kopi tidak bisa lagi dipisahkan dengan kultur masyarakat Aceh.

Pada awalnya, akses dan penggunaan warung kopi di Aceh didominasi oleh kaum laki-laki, dengan fungsi yang sama sebagaimana Habermas sampaikan, yaitu sebagai tempat obrolan-obrolan ringan namun padat mengenai dinamika sosial masyarakat, namun seiring dengan berkembangnya zaman terutama alat komunikasi yang memicu terbukanya ruang informasi secara massif, akses terhadap warung kopi mengalami perubahan yang signifikan.

Hal ini tidak terlepas dari keberadaan warung kopi sebagai alat bisnis, sehingga di era informasi saat ini, terbuka pasar yang baru untuk warung kopi yang selama ini didominasi oleh kaum laki-laki dewasa, saat ini kalangan remaja dan anak muda juga menjadi pengguna baru warung kopi dan ditambah lagi kaum perempuan khususnya kalangan remaja putri usia sekolah dan para mahasiswi, menyebabkan warung kopi harus menyesuaikan dengan tuntutan dan permintaan pasar, salah satu penyesuaian dari warung kopi di Aceh adalah bisa diakses oleh kaum perempuan yang selama ini secara eksklusif didominasi oleh kaum laki-laki.

Beberapa penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan keberadaan warung kopi sebagai ruang publik, terdapat hasil penelitian oleh Pilga Alyong Sari dkk yang meneliti tentang keberadaan *coffee shop* sebagai ruang diskusi untuk menangkal menjamurnya berita-berita hoax yang semakin marak pada saat ini (Pilga Alyong Sari dkk, 2022). Kemudian tentang bagaimana perkembangan dunia warung kopi di Medan yang mengalami perubahan yang drastic dengan hadirnya warung-warung kopi modern yang memberikan pengalaman yang lebih dari sekedar menikmati kopi tetapi juga ruang kerja, diskusi serta

kegiatan-kegiatan sosial lainnya, biasanya, yang ditawarkan oleh warung kopi modern adalah suasana dan desain interior yang lebih kekinian sehingga menjadikan warung kopi menjadi lebih “terbuka” untuk diakses (Lukitaningsih dan Devi Juliani, 2021).

Fungsi lain dari warung kopi adalah sebagai tempat terbuka bagi public untuk membangun harmoni masyarakat yang multikultural, terutama di kota-kota besar yang tinggi keberagaman etnisnya, warung kopi menjadi ruang publik yang ideal sebagai tempat interaksi bagi masyarakat yang multikultur tersebut (Pipit Widiatmaka dkk, 2023). Penelitian Silmi Habibie (2022) di wilayah kota Banda Aceh menyebutkan tentang tenaga kerja perempuan yang bekerja di beberapa *coffee shop* yang ada di Banda Aceh, kemudian bentuk penetapan jadwal kerja yang ditetapkan oleh *coffee shop* di wilayah Syiah Kuala Kota Banda dan upaya manajemen *coffee shop* untuk memproteksi tenaga kerja perempuan di jam kerja dan setelah jam kerja (Silmi Habibie, 2022:5). Sedangkan penelitian Siti Aisyah (2018) membahas mengenai peran perempuan yang sebenarnya tidak hanya terbatas pada ranah domestik saja, tetapi perempuan dapat berperan di ranah public (Siti Aisyah, 2022:5). Kemudian penelitian dari Irawanti Said (2017) menyebutkan bahwa warung kopi sebagai simbol gaya hidup kemudian warung kopi sebagai tempat berkumpul dan berdiskusi dan warung kopi menjadi tempat kerja (ngantor) (Elsa Ramadayanti, 2022:15).

Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa akses perempuan terhadap warung kopi sebagai ruang publik masih kurang dalam pembahasannya, sehingga peneliti berupaya melihat bagaimana proses perubahan warung kopi khususnya di Banda Aceh sehingga bisa dan nyaman diakses oleh kaum perempuan dari semua rentang usia, hal ini penting dikaji untuk menemukan bukti atas perkembangan yang positif kota Banda Aceh secara khusus dan Aceh secara umum sebagai daerah terbuka dan egaliter.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Djam’an Satori dan Aan Komariah pendekatan *kualitatif* adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi alamiah. Jenis penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek, atau segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel-variabel yang dijelaskan dengan angka maupun kata-kata.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi yaitu pengamatan terencana terhadap fenomena-fenomena yang terjadi. Data yang diperoleh dari observasi berasal dari sumber data yang berupa objek, kondisi tertentu, proses tertentu, atau perilaku orang tertentu. Kemudian wawancara yaitu kegiatan atau bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dan terakhir dokumentasi pengambilan data lapangan untuk memperoleh informasi, berupa mengambil gambar atau foto, video serta merekam suara, selain itu juga berupa pengumpulan dokumen dan data data yang diperlukan dalam permasalahan peneliti lalu ditelaah secara mendalam sehingga mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian terhadap fakta yang telah ditemukan. Selanjutnya data yang didapatkan dilapangan dianalisa dengan cara mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan.

## 3. PEMBAHASAN

### *Sejarah Pelopor Warung Kopi di Banda Aceh*

Warung kopi adalah ruang publik dan urat nadi ekonomi kota Banda Aceh. Warung kopi merupakan sebuah tempat yang sangat familiar dan mudah ditemukan di Aceh. Warung kopi menjadi titik pertemuan bagi masyarakat Aceh untuk melakukan berbagai hal yang bisa

di komunikasikan, mulai dari soal seni, politik, bisnis, hingga obrolan lainnya. Kehadiran warung kopi di Tanah Rencong itu pun tentunya memiliki sejarah yang panjang. Di Aceh warung kopi tersebar di seluruh sudut wilayahnya pada awalnya banyak ditemukan dipantai barat, namun kini dipantai timur mudah pula ditemukan warung kopi.

Kehadiran warung kopi di Aceh sangat terkait dengan sejarah perkembangan tempat tersebut, ketika kesultanan Aceh berkembang, kerap melakukan komunikasi yang intens dengan kesultanan ottoman yang sekarang telah menjadi Negara Turki. Bahkan Aceh sebenarnya menjadi protektorat Ottoman. Sejumlah bangunan di beberapa tempat dapat mengindikasikan bahwa beberapa bangunan yang ada di Aceh bergaya Ottoman. Kemudian muncul dugaan bahwa pada masa lalu pelatih-pelatih kemiliteran Ottoman banyak membantu Aceh ketika berperang melawan Portugis. Oleh karena itu kehadiran Ottoman diperkirakan mempunyai pengaruh yang kuat bagi kehidupan masyarakat Aceh. Salah satunya terkait masuknya kopi, gaya hidup minum kopi, dan juga kehadiran warung kopi Aceh.

Seiring dengan perkembangan lahirnya warung kopi di Aceh, keadaan bangunan dan fasilitas warung kopi di Aceh tergantung pada tempatnya berada. Bila warung kopi berada di kawasan kampung yang penduduknya kebanyakan orang berpenghasilan sederhana, maka warung kopi itu pun sederhana, bila keadaan penduduk kampung di sekitar warung kopi berpenghasilan tinggi, maka warung kopi pun eksklusif.

Hingga saat ini keberadaan warung kopi Aceh dianggap sangat sentral dan sangat dekat dengan segala aspek di kehidupan masyarakat Aceh. Antara warung kopi dan masyarakat Aceh seakan menjadi sebuah kesatuan yang tidak dapat dipisahkan antara satu dan lainnya. Pada tahun 1970-an Warung kopi di Aceh khususnya Banda Aceh belum begitu berkembang. Hanya beberapa warung kopi tertentu saja yang menjadi pilihan masyarakat di Banda Aceh pada saat itu, seperti warung kopi jasa ayah atau yang sekarang dikenal dengan Solong Ulee Kareng, Kopi Beurawe, Cut Nun, dan beberapa warung kopi lainnya yang terletak dipinggiran Kota Banda Aceh pada saat itu.

Perkembangan warung kopi di Kota Banda Aceh baru terlihat secara signifikan setelah bencana gempa bumi yang disusul dengan tsunami pada tahun 2004. Saat itulah warung kopi bersebaran di setiap sudut Kota Banda Aceh dengan desain yang beragam. Penyebab perkembangan warung kopi di Kota Banda Aceh dilatar belakangi oleh tiga faktor penting; pendatang, tren, dan minat. Kota Banda Aceh merupakan ibu kota provinsi Aceh, sehingga banyak para pendatang yang berkunjung dan menetap di Banda Aceh.

### ***Coffee Shop* Sebagai Ruang Publik**

Pergeseran budaya yang terjadi di Aceh khususnya Banda Aceh beberapa tahun terakhir ini banyak *coffee-coffee shop* baru yang dulunya biasa disebut dengan warung kopi yang mayoritas didalamnya adalah kaum laki-laki. Sekarang sudah berubah menjadi *coffee shop* yang konsepnya sudah jauh lebih *modern* dan banyak perempuan yang mengunjunginya. *Coffee shop* sudah menjadi akses bagi kaum perempuan yang ada di Kota Banda Aceh. Peneliti mengambil contoh dari beberapa *Coffee shop* yang ada di Banda Aceh yaitu *coffee shop* Solong, *Coffee Shop* Tuan Muda, *Moorden Coffee*, *Coffee shop* Toko Kopi Kiri, *Coffee shop* Pustaka dan *Coffee shop* Lamnyong.

*Coffee shop* yang diteliti oleh peneliti memiliki tempat yang nyaman dan fasilitas yang memadai seperti adanya *wi-fi* serta termasuk kedalam ruang publik disebabkan *coffee shop* tersebut digunakan untuk fungsi-fungsi yang lebih banyak dari pada sekedar minum kopi seperti pertemuan-pertemuan formal, diskusi publik, konferensi-konferensi pers, dan mahasiswa yang mengfungsikan *coffee shop* solong sebagai tempat mengerjakan tugas, berdiskusi, bertukar pendapat dan menjadi tempat pertemuan para pejabat-pejabat ataupun

kerja sama lainnya. Kehadiran perempuan di beberapa coffee shop ini memiliki waktu yang beragam yaitu pada saat istirahat jam kerja berkisar pukul 13.00-15.00 WIB, pada saat hari libur, pada saat sore hari dan malam hari.

#### ***Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik di Banda Aceh***

Aktivitas masyarakat saat berada di warung kopi sangat beragam, mulai dari menikmati atau sekedar membeli aneka makanan dan minuman aktivitas konsumsi), berkumpul atau bersosialisasi dengan kerabat (aktivitas sosial), menyelesaikan urusan yang tidak selesai di balik meja kantor (aktivitas kerja), membuat rencana atau kesepakatan bisnis (aktivitas bisnis), belajar bersama maupun menyelesaikan tugas sekolah atau kampus (aktivitas belajar) hingga bersantai melepas lelah atau mencari hiburan (aktivitas hiburan). Beragam aktivitas tersebut dapat peneliti saksikan di warung kopi setiap harinya, bahkan kadangkala dalam durasi waktu yang cukup panjang.

Aktivitas perempuan di warung kopi Banda Aceh memanfaatkan sebagai ruang publik. Hal ini terjadi karena banyaknya warung kopi Banda Aceh yang sudah berbenah ke warung kopi *modern*. Sehingga tren tersebut menjadi akses perempuan untuk memanfaatkan tempat berdiskusi.

Para kaum perempuan berkunjung ke warung kopi biasanya pada waktu siang hari kisaran pukul 12 bahkan sampai larut malam. Aktifitas mereka bermacam-macam dari hanya sekedar duduk minum kopi bahkan sampai duduk sambil berdiskusi bersama teman. Mereka kebanyakan mendatangi *coffee shop* dengan keluarga, sahabat, teman kerja, atau berkelompok-kelompok dan ada juga dengan sendirinya.

Mereka biasanya mendatangi *coffee shop* yang berada dekat pusat kota ataupun yang berdekatan dengan akses keramaian seperti perkantoran dan kampus. Sangat jarang di jumpai kaum perempuan yang mengunjungi warung kopi yang ada di perkampungan atau jauh dari akses keramaian. Mereka menganggap akses jika duduk di warung kopi yang ada di kampung sangat tidak baik alhasil banyak lirikan atau teguran dari kaum laki-laki. Warung kopi di kampung masih menganggap perempuan aneh yang duduk di warung kopi. Namun berbeda jika mereka berpergian bersama keluarga ataupun suami.

Ada beberapa perbedaan yang dapat dilihat dari warung kopi tradisional dan *modern* dari segi responsif gender. Pertama dilihat dari segi kunjungan konsumen. Warung kopi tradisional didominasi oleh konsumen laki-laki sehingga pengunjung perempuan cenderung lebih sedikit. Sebaliknya pada warkop *modern*, konsumen lebih banyak dikunjungi oleh perempuan.

Pada dasarnya, perempuan telah diterima di warung kopi, akan tetapi memang kehadiran mereka masih disertai dengan kondisi-kondisi khusus. Bahwa kondisi-kondisi khusus tersebut terkait soal waktu kunjungan dan pakaian. Sebagai contoh, jika kunjungan ke warung kopi tradisional ataupun *modern* lebih dari pukul 22.00 atau pada saat *adzan* magrib akan menimbulkan kesan yang buruk bagi dirinya, sedangkan laki-laki lebih bebas menentukan waktunya tanpa akan dianggap buruk bagi masyarakat.

Hal ini tersebut juga diperkuat oleh pernyataan dari keseluruhan informan yang menyatakan bahwa letak perbedaan yang paling terlihat antara warung kopi tradisional dan *modern* dari segi menu adalah harga dan variasi. Menurut informan, harga di warung kopi *modern* lebih mahal dari pada warung kopi tradisional, sedangkan variasi menu lebih banyak pada warung kopi *modern*. Realita tersebut dapat kita temukan diseluruh warung kopi yang ada di Kota Banda Aceh.

Dari segi fasilitas, bahwa warung kopi *modern* sudah sangat *responsif gender*. Dimaksud dengan sudah *responsif* karena memiliki ruang ibadah dan toilet yang bersih dan terpisah, memiliki ruangan yang dapat merokok dan tidak. Hal ini dapat dinyatakan bahwa

warung kopi *modern* memiliki fasilitas lebih lengkap dan memadai dari pada warung kopi tradisional.

### ***Konsep Coffee Shop yang Ramah Terhadap Perempuan***

Orang-orang memanfaatkan *coffee shop* terutama sebagai tempat umum dan ruang bersama untuk bekerja. Secara historis, peneliti telah menegaskan bahwa *coffee shop* berfungsi sebagai ruang yang ideal untuk berbicara bebas tentang masalah politik dan sosial.

Karena banyaknya *coffee shop* yang bermunculan di kota-kota besar seperti halnya kota Banda Aceh. *Coffee shop* di Banda Aceh memiliki cita rasa kopi yang disajikan dengan pelayanan dan tempat dengan lingkungan yang nyaman. Namun tidak hanya meminum kopi yang bisa dilakukan di *coffee shop* di Banda Aceh tetapi juga bisa sebagai tempat mengerjakan tugas-tugas kampus, pekerjaan kantor dan juga sebagai tempat santai berkumpul dengan teman-teman.

Saat ini banyak *coffee shop* yang berlomba-lomba menyediakan fasilitas dan kenyamanan untuk kepuasan pengunjung yang datang ke *coffee shop*, begitu juga konsep pembangunan *coffee shop* sangat berpengaruh bagi konsumen karena para konsumen sekarang lebih pintar memilih *coffee shop* yang mana akan dipilih dan dikunjungi, adanya konsep yang menarik dan berbeda dari *coffee shop* yang lainnya maka akan ada sesuatu yang diperoleh konsumen dan akan terjadi pemilihan bagi konsumen untuk memilih suatu tempat yang akan dikunjungi.

Dari hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara pada konsumen perempuan, penikmat kopi tidak hanya memenuhi kebutuhan untuk meminum kopi atau makan makanan ringan (*snack*), namun sebagai mendekatkan diri dengan menjalin komunikasi dengan teman dan saudara maupun para karyawan di *coffee shop* di Banda Aceh. Hasil wawancara dari narasumber untuk fungsi *coffee shop* di Banda Aceh bagi perempuan penikmat kopi bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan minum kopi namun juga menjadi suatu tempat yang memiliki berbagai fasilitas pendukung sehingga kaum perempuan penikmat kopi yang berkunjung merasa dirinya lebih puas di *coffee shop* dibandingkan dengan warung kopi atau warung kopi lainnya, hal ini disebabkan perbedaan tampilan yang mencolok antara warung kopi dan *coffee shop*, yaitu warung kopi cenderung bergaya tradisional dan konservatif sedangkan *coffee shop* bernuansa modern, segar, muda dan stylish, hal ini bisa terlihat melalui desain interior *coffee shop* yang kontras jika dibandingkan dengan warung kopi.

Gaya hidup masyarakat saat ini untuk memenuhi kebutuhannya seperti halnya minum *coffee* mulai berkembang dengan adanya tempat-tempat yang menyediakan berbagai olahan kopi yang biasanya disebut dengan nama *coffee shop*. Dengan berkembangnya masyarakat *urban* (Masyarakat Perkotaan), *coffee shop* menjadi tempat favorit kaum muda perkotaan serta tempat untuk berkumpul yang telah melekat dan menjadi gaya hidup anak muda. Hal ini mengakibatkan beberapa pengunjung *coffee shop* memiliki kecenderungan untuk beraktivitas dan menghabiskan waktu di *coffee shop*. Mengenai gaya hidup ngopi di *coffee shop* seperti halnya para konsumen biasanya datang ke *coffee shop* karena adanya waktu luang disela-sela kegiatan.

Dari konsep yang diangkat dari *coffee shop* di Banda Aceh menyediakan kenyamanan dan edukasi mengenai jenis-jenis kopi dan cita rasa yang diinginkan bagi konsumen. Hal itu terbukti fungsi *coffee shop* bagi konsumen penikmat kopi adalah sebagai media komunikasi untuk mengekspresikan dirinya kepada lingkungan dan pihak lainnya.

### ***Persepsi Masyarakat Banda Aceh Terhadap Keberadaan Perempuan di Coffee Shop***

Aceh terkenal dengan predikat provinsi ‘Seribu Satu Warung Kopi, Tradisi menikmati kopi (ngopi) bukanlah hal baru bagi masyarakat yang berada di ujung kepulauan Sumatera ini. Istilah ngopi pun mengalami *redefinisi*. Ngopi tidak lagi hanya dipakai untuk

menunjukkan perilaku meminum kopi, tapi bisa juga dimaknai sebagai kegiatan selain menikmati kopi. Istilah gaul ngopi yang berasosiasi dengan kopi pun bukan lagi sekedar menggambarkan perilaku menyeruput kopi hitam atau pakai susu (sanger) tapi juga berarti isyarat untuk berkumpul di warung kopi tanpa harus memesan kopi untuk dinikmati. Akibat dari pergeseran makna ngopi, fungsi warkop pun mengalami perubahan. Bukan hanya dari segi konsep (tradisional vs *modern*), dari nama yang diberikan (warkop vs *coffee Shop*), dari jenis kopi yang ditawarkan (Robusta vs Arabica), dan pilihan kopi yang disuguhkan (kopi hitam vs *expresso*). Namun yang paling signifikan adalah dari aspek pengunjung yang datang. Umumnya, laki-laki yang mendominasi setiap sudut warkop. Namun saat ini, hampir semua lapisan masyarakat dari berbagai latar belakang usia, dan status ekonomi, sosial, pendidikan beragam dapat duduk di warung kopi. Bahkan kehadiran perempuan pun sudah semakin banyak ditemukan berkumpul dan berinteraksi di warung kopi, sehingga mematahkan pandangan umum bahwa warung kopi adalah area publik milik kaum lelaki.

Berbeda dengan warung kopi yang selepas subuh sudah ramai dikunjungi kaum pria, kehadiran warung kopi *modern* yang nama lainnya *coffee shop* yang memiliki 1001 nama dengan konsep yang umumnya mengikuti selera pasar masa kini, memiliki variasi pengunjung yang lebih beragam dibandingkan warung kopi. Pengunjung umumnya adalah kalangan kaum muda, baik laki-laki dan perempuan. *Coffee shop* ini baru buka siang hari pukul 10 pagi hingga tutup tengah malam. Kondisi ini berdampak terhadap perubahan sosial budaya masyarakat Aceh. Dalam wawancara dengan Salah satu Mahasiswi Banda Aceh berinisial "P" menyatakan bahwa warung kopi/*coffee shop* sebagai salah satu pusat interaksi berdampak terhadap perubahan perilaku perempuan di Kota Banda Aceh dalam beberapa aspek kehidupan sosial.

"Warung kopi/*coffee shop* menimbulkan dampak positif yang mengarah pada perubahan perekonomian yang lebih baik, dan dampak negatif yang mengarah pada perubahan perilaku sosial bagi kehidupan masyarakat Aceh. Masyarakat memandang keberadaan perempuan di warung kopi/*coffee shop* merupakan sebuah permasalahan karena tidak sesuai dengan adat dan budaya yang berlaku dalam tatanan kehidupan masyarakat Aceh" (wawancara, 16 Juni 2023).

Kota Banda Aceh secara gamblang, bahwa masyarakat secara umum masih memandang kehadiran perempuan di warung kopi/*coffee shop* di Banda Aceh sebagai sesuatu yang larangan dan secara sosial tidak pantas. Terlepas apakah perempuan tersebut berada di warung kopi/*coffee shop* untuk menikmati kopi atau ngopi dalam konteks lain.

Namun, kegiatan ngopi pun meningkat terus popularitasnya di kalangan masyarakat dan kaum perempuan muda. Hal ini disebabkan oleh menjamurnya berbagai *coffee shop* yang menjual minuman berkafein tersebut (baik perusahaan nasional dan multinasional). Selain itu, berkembangnya hasil penelitian ilmiah yang memperlihatkan dampak positif kopi terhadap kesehatan (disamping efek sampingannya), khususnya terhadap perempuan.

Nilai sebuah tradisi dan budaya merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap bagaimana seseorang atau masyarakat memaknai, menerjemahkan dan memahami suatu fenomena (B. Lewis. J. Lewis., 2014:65) termasuk isu kehadiran perempuan di ruang publik seperti warung kopi/*coffee shop*. Makna dan fungsi warung kopi/*coffee shop* bagi masyarakat Aceh secara umum masih sama adalah ruang publik yang menjadi sarana untuk menikmati kopi dan segala sajian pendampingnya sambil bersilatullahmi, berinteraksi, dan berkomunikasi akan berbagai hal. Hak untuk dapat bertegur sapa, bertukar informasi, dan berdiskusi dengan kerabat dan sejawat, bukanlah hak istimewa yang melekat dan hanya dapat dilakukan oleh kaum laki-laki di warung kopi/*coffee shop*. Perempuan Aceh, juga punya hak yang sama akan fungsi warung kopi/*coffee shop*, khususnya dalam menikmati kopi Aceh yang menjadi pilihannya. Pilihan untuk mengakses fasilitas dan fungsi warung

kopi/*coffee shop* juga menjadi hak perempuan-perempuan lainnya walau mereka tidak harus menikmati kopi. Mereka tetap bisa duduk di warung kopi/*coffee shop* dan membeli minuman dan makanan lain yang tersaji di warung kopi/*coffee shop* tersebut

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa akses perempuan terhadap *coffee shop* di Banda Aceh telah diterima di *coffee shop*, akan tetapi memang kehadiran mereka masih disertai dengan kondisi-kondisi khusus. Bahwa kondisi-kondisi khusus tersebut terkait soal waktu kunjungan dan pakaian. Sebagai contoh, jika kunjungan ke warung kopi tradisional ataupun *modren* lebih dari pukul 22.00 atau pada saat *adzan* Magrib akan menimbulkan kesan yang buruk bagi dirinya, sedangkan laki-laki lebih bebas menentukan waktunya tanpa akan dianggap buruk bagi masyarakat. Kebanyakan perempuan Banda Aceh mendatangi *coffee shop* yang berada dekat pusat kota ataupun yang berdekatan dengan akses keramaian seperti perkantoran dan kampus. Sangat jarang di jumpai kaum perempuan yang mengunjungi warung kopi yang ada di perkampungan atau jauh dari akses keramaian.

Konsep *coffee shop* yang ramah terhadap perempuan berbeda-beda dengan *coffee shop* yang lainnya. Pengunjung perempuan memanfaatkan untuk membaca, bekerja, dan produktivitas. berkembangnya teknologi, *coffee shop* menjadi tempat favorit kaum perempuan menikmati koneksi *internet* gratis. *Coffee shop* menjadi tempat favorit kaum perempuan perkotaan serta tempat untuk berkumpul yang telah melekat dan menjadi gaya hidup. Hal ini mengakibatkan beberapa pengunjung perempuan di *coffee shop* memiliki kecenderungan untuk beraktivitas dan menghabiskan waktu di *coffee shop*.

Persepsi masyarakat di Banda Aceh terhadap keberadaan perempuan di *coffee Shop* masih banyak memandang perempuan yang berhadir di *coffee shop* sesuatu yang tidak baik. Alasan dari masyarakat karena kebanyakan perempuan di *coffee shop* berpakaian kurang sesuai dengan kaidah-kaidah syariat Islam di aceh dan juga duduk sampai larut malam di *coffee shop*. Seharusnya mereka sadar Aceh ini kota serambi mekah dan menerapkan Peraturan *Syariat* Islam. Namun apabila mereka berhadir dengan mentaati peraturan *Syariat* Islam di Kota Banda Aceh diperbolehkan dan menjadi pandangan baik bagi masyarakat.

Akses perempuan terhadap *coffee shop* di Banda Aceh telah diterima, akan tetapi kehadiran mereka masih disertai dengan kondisi-kondisi terkait soal waktu kunjungan tidak sampai larut malam kecuali mereka berhadir bersama suami atau keluarga dan pakaian yang di gunakan harus sesuai dengan *Syariat* Islam tidak menampakkan aurat. Konsep *coffee shop* ramah terhadap perempuan yang dapat dimanfaatkan untuk bekerja, membaca, dan produktivitas seperti tempat yang memiliki *desain modern*. *Coffee shop* menjadi tempat favorit bagi perempuan di kota-kota besar. Persepsi masyarakat di Banda Aceh terhadap keberadaan perempuan di warung kopi maupun di *Coffee shop* memiliki 2 pandangan yang berbeda, sebagian mengatakan baik dan sebagian lagi mengatakan tidak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti. (2018) *Peran Perempuan Dalam Masyarakat di Aceh (Studi kasus terhadap pandangan aktifis pusat studi perempuan Uin Ar-Raniry Banda Aceh)*, Skripsi, Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh.
- Djam'an. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA.
- Fauzi, Eka Perwitasari. (2019). *Warung Kopi dan Komunitas Seni sebagai Wujud Ruang Publik Modern*. Jurnal Jurnalisa. Vol. 5. No. 1
- Habermas, Jurgen. (1962). *The Structural Transformation of The Public Sphere*. (Thomas Burger trans). USA: Mit Press.

- Habibie, Silmi. (2022). *Perlindungan Tenaga Kerja Perempuan Pada Coffee Shop Di wilayah Kota Banda Aceh dalam Perspektif Akad Ijârah 'Ala Al-'amal (Suatu Penelitian Di Coffee Shop Kecamatan Syiah Kuala)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-raniry, Banda Aceh.
- Herlyana, Elly. (2012). *Fenomena coffee shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru bagi Kaum Muda*”, Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ikhwan. (2020). *Makna Tragedi dalam Konteks Kebudayaan (Suatu Tafsiran Bebas Terhadap Pandangan Frederich Nietzsche)*. Jurnal Adabiya. Vol. 22. No. 1.
- Lewis, B. & Lewis, J. (2014). *Health Communication: A Media and Cultural Studies Approach*. London: Palgrave Macmillan.
- Lukitaningsih dan Juliani, Devi. (2021). *Warung Kopi sebagai Ruang Publik di Kota Medan dari Masa ke Masa*. Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial. Vol. 13. No. 1
- Pilga Alyong Sari dkk. (2022). *Coffee Shop sebagai Ruang Diskusi bagi Masyarakat Digital untuk Meminimalisir Berkembangnya Berita Hoax di Kota Pontianak*. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol. 6. No. 1
- Ramadayanti, Elsa. (2022). *Strategi pengembangan brektime Coffee Shop Banda Aceh pasca covid-19 dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Sartika, Rani. (2017). *Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda di Kota Tanjung Pinang*. Skripsi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Widiatmaka, Pipit dkk (2023). *Warung kopi sebagai Ruang Publik untuk Membangun harmoni Masyarakat Kultural*. Jurnal SMaRT. Vol. 9. No. 1