

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Depok adalah salah satu kota penyangga Ibu Kota Jakarta. (AZS, 2023) Depok, mengalami pertumbuhan populasi dan pembangunan yang cepat. Laju pertumbuhan penduduk Kota Depok mencapai 1.941.360 pada tahun 2023, menurut data Ringkasan Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah Kota Depok. Pada tahun 2025 jumlah penduduk di Kota Depok meningkat lagi dengan jumlah 2.024.664 jiwa di semester 1 (Penduduk Depok Semester 1 2025 Tercatat Capai 2 Juta Jiwa, 2025). Angka-angka ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan periode sebelumnya, yang menunjukkan tingginya arus urbanisasi dan mobilitas masyarakat di daerah tersebut. Dengan pertumbuhan penduduk yang cepat, perubahan dalam pola kehidupan sosial masyarakat terjadi, terutama dalam hal kebutuhan akan ruang interaksi yang terbuka dan nonformal.



Gambar 1. 1 Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Depok 2023

Dinamika kehidupan masyarakat di Kota Depok diwarnai oleh kepadatan populasi dan tingkat mobilitas yang sangat tinggi, yang cenderung membentuk pola hidup sibuk serta individualistis. Fokus aktivitas keseharian warga umumnya hanya terbelah antara lingkungan domestik (rumah), lingkungan profesional (tempat kerja), dan institusi pendidikan. Kondisi ini menyebabkan ruang untuk melakukan interaksi sosial yang bersifat santai dan setara (*egaliter*) menjadi kian terbatas. Di tengah keterhimpitan rutinitas tersebut, muncul urgensi terhadap keberadaan ruang

sosial alternatif. Ruang-ruang ini menjadi krusial sebagai wadah bagi individu untuk melepaskan beban pikiran, bertukar pengalaman, serta merajut relasi sosial di luar batasan-batasan formal.

Transformasi ruang di Kota Depok secara historis tidak dapat dipisahkan dari perannya sebagai kota satelit yang menyangga Jakarta. Sejak tahun 1980-an, Depok mengalami peralihan fungsi lahan yang masif, dari wilayah resapan air dan perkebunan menjadi kawasan pemukiman padat dan pusat pendidikan, terutama dengan kehadiran Universitas Indonesia di wilayah perbatasan Beji dan Kukusan. Pertumbuhan ini menciptakan fenomena *urban sprawls* yang mengakibatkan ruang-ruang terbuka hijau semakin terhimpit oleh pembangunan komersial.

Dalam perspektif sosiologi perkotaan, transformasi ini menciptakan 'krisis ruang' bagi masyarakat Depok. Tingginya kepadatan penduduk yang tidak dibarengi dengan ketersediaan ruang publik formal (seperti taman kota yang memadai) mendorong masyarakat untuk mencari ruang alternatif. Wilayah Kukusan dan Beji, yang menjadi pusat aktivitas mahasiswa dan pekerja, mengalami pergeseran fungsi ruang privat menjadi ruang komersial-sosial. Warung kopi kemudian hadir bukan sekadar sebagai tempat transaksi ekonomi, melainkan sebagai bentuk adaptasi masyarakat terhadap keterbatasan ruang sosial di tengah pesatnya pembangunan perkotaan Depok (Zulkaidi & Taufik, 2020). Ruang-ruang ini menjadi oase di tengah kepadatan fisik kota, yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial yang cair di tengah anonimitas masyarakat urban."

Sejalan dengan eskalasi kesibukan dan transformasi gaya hidup urban, warung kopi hadir sebagai fenomena sosiologis yang berperan sebagai "ruang ketiga" untuk berjumpa, berdialog, dan melepas kejenuhan. Budaya berkumpul serta berinteraksi di warung kopi kini menjadi pemandangan umum yang melintasi berbagai strata sosial, khususnya di wilayah perkotaan yang dinamis. (Cita, 2015)

Kebiasaan ini sebenarnya sudah sangat lama ada di Indonesia, dimulai sejak abad ke-17 saat pihak Belanda membawa dan menanam kopi Arabika dari Yaman.

Di masa penjajahan, kopi menjadi tanaman perkebunan yang sangat penting dan menjadi tumpuan ekonomi pemerintah Hindia Belanda. Namun, di balik keuntungan besar tersebut, rakyat pribumi justru mengalami tekanan akibat sistem tanam paksa. Kondisi inilah yang kemudian melahirkan kebiasaan baru di tengah masyarakat, yaitu budaya minum kopi.

Perkembangan budaya ini berjalan beriringan dengan munculnya warung atau kedai kopi. Tempat tersebut menjadi pusat berkumpulnya warga untuk mengobrol, membaca berita, atau sekadar beristirahat. Pada waktu itu, ada perbedaan nyata antara kedai kopi milik Belanda yang terlihat mewah untuk kalangan atas, dengan warung kopi milik pribumi yang lebih sederhana dan harganya terjangkau bagi rakyat biasa. Selain itu, muncul juga *kopitiam* yang dikelola warga Tionghoa, yang menjadi tempat berkumpul penting bagi para pedagang dan pelaut.

Selain menjadi minuman sehari-hari, kopi juga punya peran besar dalam adat dan budaya. Masyarakat menganggap kopi sebagai simbol kebersamaan dan sikap ramah, sehingga selalu ada dalam acara menyambut tamu, selamatan, hingga upacara adat. Bahkan, kualitas kopi yang disajikan sering kali dianggap sebagai cerminan status sosial pemilik rumah. Hal ini membuktikan bahwa sejak dulu, kopi bukan hanya soal rasa, tapi sudah menjadi bagian dari identitas sosial dan budaya masyarakat Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, tradisi minum kopi melewati tiga tahapan utama yang populer dengan sebutan "*Three Waves of Coffee*".

- **Gelombang pertama** terjadi antara abad ke-15 sampai abad ke-17, yang menjadi titik awal kopi dikenal sebagai minuman favorit di kawasan Timur Tengah hingga akhirnya meluas ke berbagai penjuru dunia, termasuk wilayah Indonesia.
- **Gelombang kedua** hadir pada rentang abad ke-18 hingga abad ke-19, ditandai dengan kemajuan industri kopi yang sangat pesat berkat adanya teknologi pemanggangan serta penggilingan biji kopi yang lebih maju. Di masa ini, konsumsi kopi menjadi simbol status masyarakat kalangan

menengah ke atas di Eropa, sementara di Indonesia sendiri, pihak Belanda mulai membudidayakan jenis kopi robusta.

- **Gelombang ketiga**, yang berlangsung sejak tahun 1960-an sampai masa kini, mengubah cara pandang publik terhadap kopi secara signifikan. Kopi bukan lagi sekadar minuman biasa, melainkan dinilai sebagai sebuah karya seni yang sangat memperhatikan mutu biji kopi, teknik penyajian yang presisi, hingga aspek keadilan dalam seluruh proses produksinya.

Pada zaman sekarang, budaya minum kopi telah mendarah daging sebagai bagian dari gaya hidup warga perkotaan, khususnya bagi generasi muda. Fungsi kedai kopi saat ini telah meluas; tidak hanya menjadi lokasi untuk mencicipi kopi, tetapi juga bertransformasi menjadi area untuk menyelesaikan pekerjaan, bertukar ide, menjalin relasi sosial, hingga tempat mencari inspirasi kreatif. Visual interior yang menawan serta teknik penyajian yang khas menjadi daya tarik utama, menyesuaikan dengan tren masyarakat yang mencari ruang dengan estetika visual atau “instagramable”. Pilihan menu yang semakin bervariasi, mulai dari cappuccino, latte, espresso, hingga affogato, memperlihatkan adanya perubahan selera serta standar estetika dalam budaya konsumsi kopi di tengah Masyarakat. (Fitriani, 2023)

Lebih lanjut, relevansi warung kopi sebagai ruang ketiga di era kontemporer tidak dapat dilepaskan dari adaptasi sosiologis pasca-pandemi COVID-19. Pandemi telah mengakselerasi pergeseran perilaku masyarakat urban dengan munculnya tren *Work From Cafe* (WFC). Warung kopi yang secara tradisional berfungsi sebagai tempat bercengkerama (*conversation focus*), kini bertransformasi menjadi ruang produktivitas atau 'kantor ketiga' bagi kalangan mahasiswa dan pekerja *freelance*.

Menurut (R., 2021) ruang ketiga pasca-pandemi berfungsi sebagai solusi atas kejenuhan bekerja dari rumah (*Work From Home*), di mana individu mencari stimulasi sosial meskipun sedang melakukan aktivitas individualistik. Di Indonesia, fenomena ini menggeser fungsi warung kopi dari sekadar tempat nongkrong menjadi ruang produktif yang menuntut fasilitas digital seperti akses Wi-Fi dan

ketersediaan stop kontak (Kurniawati & Rosidi, 2021). Perubahan fungsi ini menciptakan dinamika interaksi yang unik di wilayah Kukusan dan Beji, di mana aktivitas kerja individu kini berdampingan dengan interaksi sosial komunal, yang menantang konsep asli *third place* sebagai ruang yang murni untuk bersosialisasi."

Walaupun budaya mengonsumsi kopi terus mengalami transformasi dari waktu ke waktu, nilai sosial yang terkandung di dalamnya tetap tidak berubah. Sejak zaman penjajahan hingga era modern saat ini, kopi senantiasa menjadi media untuk merajut relasi, memperkuat rasa persaudaraan, serta menjalin komunikasi antarindividu. Perkembangan zaman yang membawa berbagai tuntutan hidup modern menciptakan kebutuhan akan adanya ruang netral yang mampu meredakan berbagai tekanan rutinitas. Kondisi tersebut turut membentuk gaya hidup seseorang melalui proses interaksi sosial dengan lingkungannya. Oleh karena itu, warung kopi saat ini telah beralih fungsi menjadi ruang sosial pilihan bagi manusia modern dalam menemukan keseimbangan, kebersamaan, serta kepuasan emosional di tengah padatnya aktivitas sehari-hari.

Pesatnya pertumbuhan bisnis di wilayah ini, khususnya pada sektor ritel serta bidang makanan dan minuman, dipengaruhi oleh posisi Depok sebagai kawasan hunian utama bagi para pekerja di Jakarta. Hal ini diperkuat oleh data (BPS Kota Depok, 2021) yang menunjukkan bahwa pengeluaran masyarakat untuk kategori makanan dan minuman mencapai lebih dari 20% dari keseluruhan total konsumsi. Sejalan dengan hal tersebut, hasil observasi yang dilakukan oleh akun Instagram @infosabojong mencatat bahwa Depok menduduki peringkat 10 dari 10 besar Kota/Kabupaten dengan Kedai Kopi Terbanyak, dengan jumlah warung kopi 6.8255 pada Desember 2022.



Gambar 1. 2 Data Kota/Kabupaten dengan Kedai Kopi Terbanyak

Besarnya populasi warung kopi di wilayah Kota Depok menunjukkan bahwa tempat ini telah bertransformasi menjadi tujuan utama bagi seluruh lapisan masyarakat. Gejala sosial ini dapat dipahami sebagai bagian dari arus tren dunia, di mana lokasi seperti warung kopi mulai mengambil alih peran ruang publik konvensional sebagai poros aktivitas sosial. Kehadiran warung kopi mampu memberikan dampak positif bagi kualitas hidup serta kesejahteraan psikologis pengunjung melalui proses interaksi sosial yang terjalin di sana. Melakukan percakapan dengan rekan sejawat atau sekadar berada di tengah keramaian lingkungan sosial dapat meminimalisir tingkat stres dan meningkatkan perasaan senang. Selain itu, warung kopi juga kerap dimanfaatkan sebagai area kerja untuk menyelesaikan berbagai tanggung jawab, mengerjakan tugas, hingga memunculkan gagasan-gagasan kreatif. Fenomena tersebut didorong oleh kemampuan ruang publik seperti warung kopi dalam mengakomodasi kebutuhan esensial masyarakat, mulai dari akses internet nirkabel, fasilitas pengisian daya listrik, ruang ibadah, sarana sanitasi, hingga ketersediaan menu makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau. (Qismullah, Insanuri, Fakriah, & Nurul, 2022)

Dalam mengisi waktu senggangnya, individu memiliki kecenderungan untuk memilih lokasi yang mampu memberikan sensasi nyaman, akrab, serta

menyenangkan, salah satunya adalah warung kopi. Warung kopi dipandang sebagai lingkungan yang bersahabat dan aman, baik dari aspek fisik maupun suasana, yang memungkinkan setiap orang untuk beristirahat, saling berbagi gagasan, atau sekadar melepas ketegangan setelah menjalani aktivitas yang padat. Keberadaan warung kopi dengan karakteristik tersebut menjadi sangat krusial bagi berbagai lapisan masyarakat karena memberikan ruang bagi mereka untuk mengekspresikan diri sekaligus membangun identitas sosial serta nilai yang menyatu dalam gaya hidup mereka.

Besarnya minat publik terhadap warung kopi mengindikasikan adanya ketertarikan yang sangat kuat terhadap ruang-ruang sosial sejenis ini. Fenomena tersebut menginspirasi banyak pelaku usaha untuk membangun warung kopi karena dinilai mempunyai prospek ekonomi yang sangat menguntungkan. Konsep serta desain yang diusung pun dikembangkan secara spesifik dengan menonjolkan atmosfer yang interaktif dan estetis. Tidak sedikit warung kopi yang menyediakan aneka fasilitas tambahan seperti koneksi Wi-Fi, iringan musik, hingga beragam permainan papan guna memperkuat daya tariknya. Ketersediaan fasilitas yang lengkap ini menempatkan warung kopi sebagai prioritas utama masyarakat untuk melakukan pertemuan, berkomunikasi, menyelesaikan tugas akademis, melakukan pekerjaan kantor, atau bahkan untuk sekadar mencari suasana tenang. Oleh sebab itu, warung kopi hampir selalu dipenuhi oleh pengunjung lantaran setiap orang yang datang membawa tujuan serta aktivitas yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan personal mereka. (Shofa, 2025)

Dalam perspektif teori Ruang Ketiga, sosiolog Ray Oldenburg memperkenalkan konsep "tempat ketiga" yang mengacu pada sebuah area sosial di luar lingkungan rumah (ruang pertama) dan lingkungan pekerjaan (ruang kedua). Tempat ini menjadi titik temu bagi individu untuk berkumpul, berkomunikasi, dan merajut relasi sosial di wilayah tertentu. Meski demikian, gejala ini tidak terlepas dari tekanan arus kapitalisme serta komodifikasi ruang publik, yang kerap kali memicu perubahan fungsi sosial dari ruang publik yang sebenarnya menjadi sekadar lokasi bagi konsumen muda untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan.

Melalui pendekatan teori Ray Oldenburg tersebut, studi ini berupaya membedah peran warung kopi sebagai ruang sosial pilihan selain dari lingkungan domestik (*first place*) serta lingkungan akademis atau profesional (*second place*). Warung kopi telah bertransformasi menjadi ruang ketiga yang bersifat inklusif, di mana setiap orang memiliki kesempatan untuk berinteraksi, berdialog, serta memperluas jejaring sosial. Fenomena ini menjadi semakin krusial bagi warga kota seperti di Depok, lantaran warung kopi tidak sekadar dipandang sebagai tempat mengonsumsi minuman, namun juga berperan sebagai wadah untuk membentuk identitas sosial, mempererat persahabatan, bahkan menjadi sarana pertukaran gagasan di antara individu dari beragam latar belakang sosial. (Shofa, 2025)

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana makna warung kopi bagi pengunjung dalam membangun kebersamaan dan solidaritas sosial di Kota Depok?
- 2) Bagaimana praktik interaksi sosial antar pengunjung dan peran pengunjung tetap membentuk warung kopi sebagai ruang ketiga (*third place*) menurut konsep Ray Oldenburg?

1.3 Tujuan Masalah

- 1) Untuk memahami makna warung kopi bagi pengunjung sebagai ruang interaksi sosial, serta mengkaji pengalaman sosial yang mereka peroleh dalam membangun kebersamaan dan solidaritas sosial di tengah kehidupan perkotaan Kota Depok.
- 2) Untuk menganalisis bagaimana praktik interaksi sosial antar pengunjung dari berbagai latar belakang sosial—termasuk peran pengunjung tetap—membentuk warung kopi sebagai ruang ketiga (*third place*) berdasarkan konsep Ray Oldenburg.

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penelitian sosiologi, terutama tentang konsep ruang publik alternatif dan teori tempat ketiga (*third place*) Ray Oldenburg. Studi ini dapat membantu kita memahami bagaimana warung kopi berfungsi sebagai ruang sosial yang memungkinkan orang berinteraksi, berbicara, dan membangun hubungan sosial di tengah kehidupan masyarakat perkotaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu mengembangkan teori tentang nongkrong sosial dan budaya di kalangan masyarakat urban, terutama generasi muda.

2) Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan informasi tentang:

- Masyarakat, agar lebih memahami pentingnya fungsi sosial warung kopi sebagai ruang kebersamaan yang dapat memperkuat hubungan antarindividu dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap lingkungan sosialnya.
- Pemilik dan pengelola warung kopi, sebagai bahan pertimbangan dalam menciptakan suasana yang inklusif, nyaman, dan ramah bagi berbagai kalangan sehingga warung kopi tidak hanya menjadi tempat konsumsi, tetapi juga ruang interaksi sosial yang bermakna.
- Pemerintah daerah dan akademisi, sebagai referensi dalam pengembangan kebijakan dan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan pemanfaatan ruang publik informal dalam meningkatkan kualitas interaksi sosial masyarakat perkotaan.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis warung kopi di Kota Depok (wilayah Kukusan dan Beji) sebagai ruang ketiga (*third place*) berdasarkan karakteristik yang dikemukakan oleh Ray Oldenburg, khususnya *The Leveler* dan *Home Away From Home*. Fokus penelitian diarahkan pada dinamika interaksi sosial, peran barista sebagai mediator sosial, serta keberadaan pelanggan tetap sebagai pembentuk stabilitas dan rasa kelekatan ruang.

Penelitian ini juga membahas proses terbentuknya solidaritas sosial yang berkembang dari interaksi spontan hingga menjadi solidaritas nyata di antara pengunjung. Selain itu, kajian mencakup temuan mengenai ketidaknetralan ruang, terutama dalam konteks dinamika gender dan relasi kuasa yang memengaruhi tingkat inklusivitas warung kopi.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun skripsi terdapat sistematika penulisan agar pembahasan terfokus pada pokok permasalahan, maka dari itu sistematika penulisan skripsi dibagi menjadi 2 bagian diantaranya:

1. Bagian Muka

- a. Cover
- b. Halaman Daftar Isi

2. Bagian Isi

- a. **BAB I PENDAHULUAN:** Bab ini menjelaskan latar belakang pemilihan judul mengenai fenomena warung kopi di Kota Depok, rumusan masalah terkait interaksi sosial, tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi pengembangan ilmu sosiologi maupun praktis, serta sistematika penulisan.
- b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI:** Bab ini berisi kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dan penjelasan mengenai teori yang digunakan, yaitu konsep "Ruang Ketiga" (The Third Place) dari Ray Oldenburg untuk membedah fungsi warung kopi serta teori Interaksi Sosial.
- c. **BAB III METODE PENELITIAN:** Bab ini menguraikan pendekatan penelitian (kualitatif), lokasi penelitian di Kota Depok, subjek penelitian (pengunjung warung kopi), teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dokumentasi), serta teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti.
- d. **BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN DAN HASIL PENELITIAN:** Bab ini menyajikan data lapangan mengenai profil warung kopi di Depok yang diteliti, karakteristik informan, serta

hasil temuan mengenai bagaimana interaksi sosial terbentuk dan peran warung kopi tersebut sebagai ruang ketiga bagi masyarakat.

- e. **BAB V PENUTUP:** Pada bab ini akan disajikan kesimpulan dari seluruh rangkaian penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang relevan baik bagi pemilik usaha warung kopi, masyarakat, maupun peneliti selanjutnya.

