

PRAKTIK SOSIAL NYETHE PENGUNJUNG WARUNG KOPI DI TULUNGAGUNG

Siti Zurngatul Khusna

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya
khusnazurngatul@gmail.com

Arief Sudrajat

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya
Arief55281@yahoo.co.au

Abstrak

Nyethe merupakan bagian dari budaya minum kopi di Tulungagung yaitu memberi ampas kopi (*cethe*) pada rokok. *Nyethe* sudah menjadi kebiasaan masyarakat Tulungagung, khususnya pecinta kopi dan rokok. Mereka melakukan aktivitas *nyethe* di warung kopi. Pengunjung warung kopi pun tidak terbatas dari kalangan tertentu, akan tetapi semua kalangan bisa berkunjung ke warung kopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik sosial *nyethe* pengunjung warung kopi di Tulungagung. Untuk menjawab permasalahan diatas, teori yang digunakan adalah teori strukturalis genetis yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu. Teori strukturalis genetis menyinergikan antara habitus, ranah dan modal sehingga menghasilkan praktik sosial. Hasil penelitian menjelaskan bahwa habitus *nyethe* pengunjung warung kopi terbentuk dari proses sosialisasi dengan lingkungan pergaulan. Ranah dan ruang sosial untuk mengaktualisasikan habitus *nyethe* adalah dua warung kopi yang memiliki karakter berbeda yaitu cita rasa kopi dan pelayanannya. Modal yang paling berpengaruh terhadap kelangsungan praktik sosial *nyethe* adalah modal ekonomi, modal budaya, dan modal sosial. Wujud nyata praktik sosial *nyethe* terbagi dalam 3 kategori yaitu sarana mempererat hubungan sosial, sarana *refreshing* dan modus penyalahgunaan obat-obatan terlarang.

Kata Kunci: Praktik sosial, *Nyethe*, Warung Kopi.

Abstract

Nyethe is part of the coffee culture in Tulungagung that give greds of coffee (*cethe*) on cigarettes. *Nyethe* has become a habit Tulungagung society, especially coffee's and cigarette's lovers. They do *nyethe* activity in a coffee shop. Visitor of coffe shop are also unlimited from specifik society but all society can visit to coffe shop. This research aims to determine how social practices of *nyethe* visitors of coffe shop in Tulungagung. To answer the above problems, the theory used is genetic structuralist theory by Pierre Bourdieu. Genetic structuralist theory synergizing between habitus, arena and capital until resulting of social practice. This research uses descriptive qualitative method with approach genetic structuralist. The results explain that habitus of *nyethe* the visitors of coffee shop formed from the socialization process milieu. Arena and social space to actualize habitus of *nyethe* are two coffee shops that have different characters that coffee taste and servants. Capital that most affect the continuity social practices of *nyethe* is economic capital, cultural capital, and social capital. Synergizing between habitus of *nyethe*, arena and capitals are resulting social practices of *nyethe*. Real form of social practice of *nyethe* divided into 3 categories: a means to strengthen social relationships, means of refreshing and mode of drug abuse.

Keywords: Social Practice, *Nyethe*, Coffee Shop.

PENDAHULUAN

Saat ini, minum kopi tidak lagi sebatas sebagai konsumsi, melainkan sudah menjadi bagian dari budaya masyarakat. Budaya minum kopi atau *ngopi* berkembang seiring dengan semakin maraknya tempat-tempat untuk minum kopi, baik warung yang masih tradisional maupun kafe-kafe modern (Beritasurabaya.net). Disini, para pengunjung tidak hanya minum kopi, tapi juga melakukan aktivitas lain seperti merokok, bernegosiasi barang/jasa, bertukar pikiran, dan lain-lain.

Masyarakat Tulungagung, Jawa Timur juga memiliki budaya minum kopi. Budaya minum kopi di Tulungagung terkenal dengan *nyethe*-nya. *Nyethe* merupakan kegiatan yang memadukan antara kopi dan rokok yaitu melumuri atau melukis rokok dengan *cethe* atau ampas halus *wedhang* kopi.

Keberadaan tempat untuk minum kopi atau *nyethe* juga semakin marak. Sebagian besar tempat untuk *nyethe* di Tulungagung adalah warung tradisional. Warung tradisional yang dimaksud adalah warung yang tradisional dari segi pengolahan kopi, cara penyajian dan

desain tempat. Warung tradisional ini lebih akrab disebut warung kopi atau warkop.

Jumlah warkop di Tulungagung mencapai ribuan unit. Menurut data dari Pemerintah Kabupaten Tulungagung, pada tahun 2009 jumlah warkop di Tulungagung mencapai 1700 unit. Berdasarkan data dari Paguyuban Warung dan Hiburan se-Tulungagung (Pawahita), hingga tahun 2010 jumlah warkop yang tersebar di 19 kecamatan yang ada di Tulungagung mencapai 7.000 unit. Hal ini tidak mengherankan karena hampir setiap desa yang ada di Tulungagung memiliki warkop. Setidaknya setiap desa memiliki 2 sampai dengan 5 unit warkop bahkan ada yang lebih dari jumlah tersebut (seputar-indonesia.com).

Hal yang menarik dari warkop di Tulungagung adalah cita rasa dan pelayanannya. Sebagian besar warkop di Tulungagung menyediakan kopi hijau atau *kopi ijo* sebagai sajian andalan. Kopi hijau yang dimaksud adalah campuran antara bubuk kopi, butiran gula dan sedikit campuran kacang hijau yang telah dihaluskan. Tidak sedikit pula warkop yang menggunakan bubuk kopi murni tanpa campuran. Cita rasa tidak hanya dari campuran kacang hijau, akan tetapi juga bisa berasal dari cara menggorengnya yang menggunakan teknik khusus dengan alat-alat yang tradisional.

Adanya persaingan bisnis warkop yang semakin ketat menyebabkan banyak warkop yang menawarkan *service plus-plus* dari para pelayannya. Pelayan warkop yang menawarkan hal tersebut berasal dari kalangan gadis remaja. Mereka tidak sekedar menyuguhkan *wedhang* kopi, namun juga harus mampu melayani pengunjung seperti seorang *purel* di *club* malam. Setiap gadis diwajibkan oleh pemilik warkop agar berdandan seperti perempuan dewasa, berpakaian seksi, mampu merayu dan menyenangkan pengunjung warkop (seputar-indonesia.com). Adanya warkop yang seperti itu menyebabkan masyarakat menganggap pelayan perempuan tersebut adalah perempuan yang mau dipeluk, dicium bahkan *dibooking* untuk diajak berhubungan seks layaknya hubungan suami istri. Selain itu masyarakat juga menganggap warkop digunakan sebagai tempat pesta minuman keras, narkoba, serta tempat pemborosan waktu dan uang (Narotama: skripsi.umm.ac.id). Oleh karena itu masyarakat cenderung menilai warkop sebagai tempat yang negatif.

Terlepas dari asumsi negatif masyarakat terhadap keberadaan warkop, ternyata *nyethe* dan warkop memiliki dampak positif. *Nyethe* dan warkop dapat membentuk komunitas baru pada masyarakat Tulungagung yaitu komunitas “cethemania”. Hal ini terbukti dari sering diadakannya kegiatan-kegiatan yang berusaha mengumpulkan dan mewadahi kreatifitas para penggemar *cethe* yaitu lomba *nyethe* atau *nyethe competition* se-Kabupaten Tulungagung. Misalnya, pada

tahun 2006, Pemerintah Kabupaten Tulungagung menyelenggarakan kegiatan “Lomba *Nyethe*” dengan jumlah peserta kurang lebih 2.000 orang. Selanjutnya pada tahun 2012 yang lalu, Pemerintah Kabupaten Tulungagung juga menyelenggarakan “Lomba *Nyethe*” dengan jumlah peserta 100 orang (twicsy.com). Kegiatan tersebut merupakan agenda yang diadakan setiap tahun untuk memperingati Hari Jadi Kabupaten Tulungagung.

Nyethe dan warkop telah menjadi tanda yang mengukuhkan sebuah identitas baru, melalui bertemunya beragam orang, lembaga, status sosial maupun identitas multikultur. Warkop selalu terbuka untuk siapa saja khususnya bagi kaum laki-laki, tanpa mengenal stratifikasi sosial, status sosial, maupun agama. Hal ini terlihat di warkop-warkop Tulungagung yang selalu dipenuhi pengunjung. Pengunjung warkop tidak terbatas dari kalangan tertentu akan tetapi semua kalangan bisa berkunjung ke warkop baik kalangan tua-muda, miskin-kaya, pengangguran-pekerja, pelajar-guru, bahkan ustadz dan santri pondok pesantren juga biasa *nyethe* di warkop.

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang digali dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik sosial *nyethe* pengunjung warkop di Tulungagung.

KAJIAN TEORI

Teori strukturalis genetis yang dikemukakan Pierre Bourdieu (Harker, 2009: 19) merupakan dialektika antara habitus dengan ranah, dan modal-modal sehingga menciptakan praktik sosial. Hubungan habitus, *ranah* dan modal bertaut secara langsung dan bertujuan menerangkan praktik sosial. Karakteristik modal dihubungkan dengan skema habitus sebagai pedoman tindakan serta ranah selaku tempat beroperasinya modal.

Habitus adalah “struktur mental atau kognitif” yang digunakan aktor untuk menghadapi kehidupan sosial. Aktor dibekali serangkaian pola yang diinternalisasikan yang mereka gunakan untuk merasakan, menyadari, dan menilai dunia sosialnya (Ritzer dan Goodman, 2008: 521).

Habitus yang ada pada waktu tertentu merupakan hasil ciptaan kehidupan kolektif yang berlangsung selama periode historis yang relatif panjang. Habitus yang merupakan produk historis, menciptakan tindakan individu dan kolektif karenanya sesuai dengan pola yang ditimbulkan oleh sejarah. Kebiasaan individu tertentu diperoleh melalui pengalaman hidupnya dan mempunyai fungsi tertentu dalam sejarah dunia sosial di mana kehidupan itu terjadi. Habitus dapat bertahan lama dan dapat pula berubah dalam arti dapat dialihkan dari satu bidang ke bidang yang lain.

Secara umum, ranah merupakan bentuk relasi-relasi yang melingkupi kehidupan seseorang. Ranah adalah

sejenis pasar kompetisi dimana berbagai jenis modal (ekonomi, kultural, sosial, dan simbolik) digunakan dan disebarkan (Ritzer dan Goodman, 2008: 523). Ranah tidak dapat dipisahkan dari lingkungan di mana individu tersebut berada.

Ruang sosial mengacu pada keseluruhan konsepsi tentang dunia sosial. Konsepsi ini memandang realitas sosial sebagai sebuah tipologi (ruang). Dalam hal ini ruang sosial dapat dikonsepsi terdiri dari beragam ranah yang memiliki sejumlah hubungan antara satu dan lainnya serta sejumlah titik. Ruang sosial individu dikaitkan melalui waktu dengan serangkaian ranah, dimana orang-orang memperebutkan berbagai bentuk modal (Harker, 2009:12)

Bagi Bourdieu, modal berperan sebagai sebuah relasi sosial yang terdapat di dalam suatu sistem pertukaran baik materi maupun simbol. Modal harus ada di dalam sebuah ranah, agar ranah tersebut memiliki arti. Modal juga dipandang Bourdieu sebagai basis dominasi meskipun tidak diakui demikian oleh partisipan. Beragam modal dapat ditukar dengan jenis modal lainnya yang artinya modal bersifat “dapat ditukar” (Harker, 2009 : 16-17).

Modal-modal tersebut dapat digolongkan menjadi empat golongan. *Pertama* modal ekonomi berhubungan dengan materi (pendapatan dan benda-benda) serta uang yang dengan mudah digunakan untuk segala tujuan. *Kedua* modal budaya meliputi berbagai pengetahuan yang sah. *Ketiga* modal sosial terdiri dari hubungan sosial yang bernilai antara individu. *Keempat* modal simbolik. Modal simbolik berasal dari kehormatan dan prestise seseorang (Ritzer dan Goodman, 2008: 523-524).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan strukturalis genetis. Metode Bourdieu tentang strukturalis genetis ini, didasarkan pada penetrasi timbal balik antara struktur objektif dan subjektif. Inti metode ini adalah proses internalisasi eksternalitas dan eksternalisasi internalitas. Praktik individu atau kelompok sosial harus dianalisis sebagai hasil interaksi habitus dan ranah (Harker, 2009: 18). Dalam ranah harus ada modal agar ranah tersebut berarti.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai bulan Juli 2013. Lokasi penelitian di dua warkop yang ada di Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung yaitu warkop yang ada di Desa Bendungan dan Desa Tiudan. Warkop yang ada di Desa Bendungan yaitu “Warkop Mbak Niken” yang laris karena cita rasa bubuk kopinya. Warkop yang kedua adalah warkop yang ada di Desa Tiudan yaitu “Warkop Tiudan” yang laris karena ada pelayan perempuan dan fasilitas biliar.

Subjek penelitian atau informan adalah pengunjung warkop (pecinta kopi, rokok dan *cethe*). Pencarian informan menggunakan teknik *snowball* sehingga diperoleh delapan orang informan. Pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu: Pertama menggunakan teknik observasi *participant as observer*. Kedua, menggunakan teknik *indepth interview*. Ketiga, teknik dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian diseleksi sesuai dengan fokus penelitian.

Analisis data dilakukan setelah informasi dari hasil observasi dan wawancara ditranskrip atau disalin. Transkrip dilakukan secara menyeluruh, kemudian mereduksi hasilnya (memilih dan menyusun data yang diperoleh dari *fielnote*). Setelah itu menyajikan data dalam bentuk narasi, menginterpretasikan data (mengkritisi data berdasarkan teori yang ada) dan membuat kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nyethe merupakan bagian dari budaya minum kopi yaitu aktivitas mengolesi rokok dengan ampas kopi atau *cethe*. *Nyethe* merupakan perpaduan antara aktivitas *ngopi* dan merokok sehingga untuk melakukan aktivitas ini dibutuhkan minuman kopi dan rokok. Kopi yang biasa digunakan adalah *kopi ijo* yang memiliki tekstur halus agar ampas kopi atau *cethe* bisa melekat pada rokok.

Untuk melakukan aktivitas *nyethe*, terlebih dahulu secangkir *wedhang* kopi panas dituangkan ke dalam *lepek*. Beberapa menit kemudian, air di *lepek* tersebut dikembalikan ke dalam gelas sehingga yang tersisa adalah ampas kopi atau *cethe*. Biasanya, pengunjung mencampurkan seduhan susu kental manis pada *cethenya* atau memberi kertas agar air yang masih ada pada *cethe* bisa meresap. Tujuannya adalah agar *cethe* cepat menempel ke batang rokok. Alat lukisnya adalah batang korek api atau sendok. Kemudian pengunjung warkop pun mengoleskan *cethe* ke batang rokok laksana membatik. Mereka membatik dengan aneka motif, mulai dari garis-garis, bunga, hingga hitam kelam atau blok.

Kebiasaan *nyethe* pengunjung warkop terbentuk dari proses sosialisasi dengan lingkungan pergaulan yaitu teman sekolah, teman di lingkungan rumah maupun teman kerja. Kebersamaan dan keharmonisan yang terjalin di antara mereka sangat berpengaruh dalam proses penciptaan sejarah berkembangnya habitus yang mereka bentuk. Mereka mempunyai kebiasaan yang sama dalam *nyethe* dan apapun yang berhubungan dengan *nyethe*.

Kehadiran habitus *nyethe* tidak selalu disadari karena habitus bisa terbentuk melalui faktor internal maupun faktor eksternal. Pengunjung warkop mempunyai habitus *nyethe* mungkin karena ketertarikannya terhadap *nyethe* (faktor internal) atau pengaruh dari lingkungan di

sekitarnya (faktor eksternal). Bahkan, juga tidak menutup kemungkinan kedua faktor tersebut yang mempengaruhi habitus seseorang.

Di satu sisi habitus diciptakan melalui praktik (tindakan), dan disisi lain habitus adalah hasil tindakan yang diciptakan kehidupan sosial. Tindakan atau praktik memang cenderung membentuk habitus, sehingga habitus berfungsi sebagai penyatu dan menghasilkan tindakan atau praktik (Ritzer dan Goodman, 2008:521).

Selain habitus, ranah dan modal perlu ada dalam penciptaan praktik. Dialektika antara habitus *nyethe*, ranah dan modal menghasilkan praktik sosial *nyethe*. Habitus *nyethe* jika didukung dengan modal-modal yang dimiliki pengunjung warkop dan ranah sebagai tempat beroperasinya modal-modal maka akan menghasilkan praktik sosial *nyethe* atau aktivitas *nyethe*.

Dalam praktik sosial ada proses internalisasi eksternalitas dan eksternalisasi internalitas. Pengunjung warkop menginternalisasikan habitus *nyethe* yang terbentuk dari proses sosialisasi lingkungan pergaulan. Jika habitus *nyethe* sudah terinternalisasi ke dalam dirinya atau mereka telah memiliki ketertarikan terhadap *nyethe* maka mereka akan mengeksternalisasikan habitus *nyethe* dalam bentuk tindakan yaitu praktik sosial *nyethe* atau aktivitas *nyethe*. Oleh karena itu, praktik sosial *nyethe* pengunjung warkop dapat dilihat dari tindakan-tindakan atau aktivitas mereka selama *nyethe* di warkop dan hal-hal yang berhubungan dengan *nyethe*.

Wujud nyata praktik sosial *nyethe* terbagi dalam 3 kategori yaitu sarana mempererat hubungan sosial, sarana *refreshing* dan modus penyalahgunaan obat-obatan terlarang. Pertama, *nyethe* sebagai sarana mempererat hubungan sosial maksudnya adalah *nyethe* di warkop merupakan aktivitas yang digunakan untuk berkumpul dengan teman sehingga hubungan sosial mereka semakin erat. Kedua, *nyethe* sebagai sarana *refreshing* yaitu *nyethe* sebagai salah satu aktivitas yang dapat digunakan untuk melepaskan kejenuhan, lelah dan stres setelah bekerja, beraktivitas, atau bahkan saat mengantuk. Ketiga, *nyethe* sebagai modus penyalahgunaan obat-obatan terlarang yaitu *nyethe* merupakan serangkaian aktivitas yang diselingi konsumsi terhadap obat-obatan terlarang.

Proses Terbentuknya Habitus *Nyethe*

Habitus *nyethe* tidak terlepas dari habitus *merokok* dan habitus *ngopi* karena *nyethe* merupakan aktivitas melumuri rokok dengan ampas kopi atau *cethe*. Awalnya, sebelum mengenal *nyethe* pengunjung warkop hanya menyukai salah satu diantara kopi dan rokok. Ada yang menyukai kopi terlebih dahulu dan ada yang menyukai rokok terlebih dahulu.

Lima pengunjung warkop yang menjadi informan secara tidak langsung memiliki habitus *nyethe* karena pengaruh lingkungan keluarga, terutama dari ayah dan saudara laki-laki. Mereka sering melihat keluarganya melakukan aktivitas *nyethe*. Orang tua pada dasarnya cenderung melarang meskipun mereka sendiri mempunyai habitus tersebut. Ketika informan masih berusia anak-anak atau remaja awal, mereka dilarang merokok atau *nyethe* di warkop. Orang tua beranggapan bahwa anak-anak mereka masih bersekolah dan belum memiliki penghasilan sendiri sehingga khawatir akan mengganggu belajar, menambah anggaran pengeluaran keluarga atau dianggap sebagai bentuk pemborosan dan alasan lain terkait dengan kesehatan terutama dalam mengonsumsi rokok.

Dunia sosial pengunjung warkop tidak hanya di lingkungan keluarga, namun juga di lingkungan pergaulan. Lingkungan pergaulan yang dimaksud adalah teman sekolah, teman di lingkungan rumah dan teman kerja. Lingkungan pergaulan memberikan pengaruh yang lebih besar dari pada lingkungan keluarga. Tiga informan lain hanya mendapat pengaruh dari lingkungan pergaulan karena keluarga mereka tidak memiliki kebiasaan merokok maupun *nyethe* di warkop. Namun, secara umum keluarga atau para orang tua cenderung melarang anak mereka merokok atau *nyethe* di warkop saat anak mereka masih kecil atau belum memiliki penghasilan sendiri.

Sebelum memiliki habitus *nyethe*, lingkungan pergaulan terlebih dahulu mensosialisasikan habitus merokok dan habitus *ngopi*. Setelah itu barulah tercipta habitus *nyethe*. Sosialisasi ini dilakukan secara berulang-ulang. Pada tahap sosialisasi ini, pengunjung warkop menginternalisasikan habitus-habitus tersebut ke dalam dirinya sehingga mereka memiliki ketertarikan dan mengeksternalisasikannya dalam bentuk tindakan yaitu aktivitas *nyethe*. Pada tahap ini memungkinkan mereka memiliki kesamaan habitus dengan lingkungan pergaulan yaitu habitus *nyethe*.

Modal-Modal dalam Praktik Sosial *Nyethe*

Habitus secara erat dihubungkan dengan modal karena habitus tersebut berperan sebagai pengganda jenis modal (Harker, 2009:15). Begitu pula dengan pengunjung warkop yang memiliki habitus *nyethe* juga memiliki modal-modal yang dapat dipertukarkan. Modal-modal yang dimiliki pengunjung warkop adalah modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik. Namun, modal yang dominan untuk kelangsungan praktik sosial *nyethe* adalah modal ekonomi, modal sosial dan modal budaya.

Dalam penelitian ini, modal ekonomi adalah modal yang berupa kepemilikan materi yaitu uang. Uang yang

dimiliki pengunjung warkop bisa berasal dari diri sendiri maupun orang lain. Modal yang berasal dari diri sendiri berarti modal yang didapatkan pengunjung warkop dari penghasilannya bekerja, sedangkan modal yang berasal dari orang lain adalah modal yang diberikan oleh orang tua atau keluarga. Pengunjung warkop yang memiliki modal dari orang lain adalah mereka yang masih bersekolah maupun yang belum bekerja.

Sedangkan modal sosial adalah hubungan sosial yang bernilai antara pengunjung warkop dengan pihak lain. Untuk melanggengkan habitusnya, pengunjung warkop memanfaatkan modal sosial yakni dengan menjaga hubungan baik dengan teman sesama pengunjung warkop, pelayan warkop dan pemilik warkop.

Setiap pengunjung warkop memiliki jenis dan besar modal sosial yang berbeda. Jenis dan besar modal sosial pengunjung warkop bergantung usia dan kecerdasannya dalam memanfaatkan modal sosial sebanyak-banyaknya, begitu pula sebaliknya. Pengunjung warkop usia remaja lebih akrab dengan teman sesama pengunjung warkop dan pelayan warkop, sedangkan informan usia dewasa atau tua lebih akrab dengan sesama pengunjung warkop yang sudah saling mengenal, pelayan warkop dan pemilik warkop.

Modal budaya adalah pengetahuan yang diperoleh dari lingkungan keluarga maupun lingkungan pergaulan. Pengetahuan yang diperoleh dari lingkungan pergaulan lebih banyak dari pada pengetahuan yang diperoleh dari lingkungan keluarga. Pengetahuan tentang cara bergaul, dan hal-hal yang berkaitan dengan *nyethe* diperoleh dari interaksi pengunjung warkop dengan lingkungan pergaulan, baik teman sekolah, teman di lingkungan rumah maupun teman kerja. Pengetahuan tentang *nyethe* misalnya cara merokok, cara *nyethe*, bentuk motif *cethe* dan manfaat rokok yang *dicethe*.

Modal simbolik adalah modal yang berasal dari prestise seseorang. Merek rokok merupakan salah satu modal simbolik dalam *nyethe*. Merek rokok yang dikonsumsi mencerminkan keadaan ekonomi pengunjung warkop. Jenis rokok yang bermerek dan harganya yang relatif mahal mencerminkan bahwa pengunjung warkop adalah orang yang memiliki modal ekonomi yang tinggi. Pengunjung warkop usia remaja sering mengonsumsi rokok jenis *Mild* atau *LA* (rokok harganya yang relatif mahal) karena latar belakang ekonomi orang tua yang tinggi maupun karena penghasilan sendiri. Bagi pengunjung warkop yang sudah memiliki penghasilan sendiri jenis rokoknya bergantung dari tingkat penghasilan, status perkawinan, maupun jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan. Namun, jenis dan merek rokok tidak berpengaruh terhadap kelangsungan praktik sosial *nyethe*.

Ranah dan Praktik Sosial *Nyethe*

Pembentuk praktik sosial *nyethe* selanjutnya adalah ranah atau lingkungan. Ranah atau lingkungan adalah sejenis pasar kompetisi di mana berbagai jenis modal disebar dan digunakan (Ritzer dan Goodman, 2008:523). Terkait dengan praktik sosial *nyethe* ada berbagai macam ranah diantaranya yaitu ranah keluarga, ranah pertemanan, ranah ekonomi dan ranah budaya. Ranah-ranah ini berisi pertarungan, kekuatan-kekuatan serta orang yang memiliki banyak modal, sedikit modal atau tidak memiliki modal sama sekali (Harker, 2009: xx).

Ranah tidak terlepas dari ruang sosial. Ruang sosial dapat dikonsepkan terdiri dari beragam ranah yang memiliki hubungan antara satu dan lainnya serta titik kontak (Harker, 2009:12). Ruang sosial *nyethe* dapat terbagi menjadi beberapa macam. misalnya rumah, warkop, tempat kerja dan lain-lain. Ruang sosial yang paling berpengaruh besar terhadap aktualisasi praktik sosial *nyethe* adalah warkop.

Ada dua warkop yang menjadi tempat untuk mengaktualisasikan praktik sosial *nyethe*. Dua warkop tersebut memiliki karakteristik yang berbeda. Pertama, warkop yang memakai *kopi ijo* yang khas dan enak sebagai menu andalan. Kedua, warkop yang memiliki pelayan perempuan dan fasilitas biliard untuk menarik pengunjung.

Praktik sosial *nyethe* tidak hanya sekedar melumuri rokok dengan ampas kopi atau *cethe*, namun banyak rangkaian aktivitas selama *nyethe* di warkop. Praktik sosial *nyethe* dapat dilihat dari tindakan-tindakan pengunjung warkop selama *nyethe* di warkop. Tiga kategori praktik sosial *nyethe* yaitu:

Pertama, kategori sarana mempererat hubungan sosial, praktik sosial *nyethe*-nya di warkop yang memakai *kopi ijo* sebagai menu andalan, letak warkop yang lebih dekat dengan rumah, strategis dengan jalan raya dan ruang warkop yang luas. Mereka tidak hanya menikmati *kopi ijo* yang khas, namun keinginan untuk selalu berkumpul dengan teman-temannya menjadi motivasi mereka *nyethe* di warkop tersebut. Sebelum ke warkop, mereka menghubungi teman-temannya melalui sms maupun *facebook* kemudian berangkat bersama-sama ke warkop. Di warkop, mereka duduk secara berkelompok dan sering traktiran kopi. Biasanya yang mentraktir adalah mereka yang memiliki rezeki lebih. Dalam urusan rokok, mereka saling mencoba rasa rokok dalam bentuk batangan utuh. Hal ini karena merek rokok yang mereka konsumsi berbeda meskipun jenisnya sama (rokok *Mild*). Topik yang dibicarakan adalah topik anak muda seperti dunia maya, pacar, dan hobi.

Pengunjung warkop dalam kategori ini tidak hanya akrab di warkop akan tetapi juga akrab di luar warkop. Mereka sering bermain musik, menonton TV

(pertandingan sepak bola maupun *motoGP*), melihat pertandingan sepak bola di stadion, melihat balap motor “liar”, bermain sepak bola di lapangan. Pada bulan Ramadhan mereka sering melakukan ronda malam untuk membangunkan orang sahur dan saat hari raya Idul Fitri mereka bersama-sama bersilaturahmi dari tetangga satu ke tetangga lain berkeliling kampung.

Selain akrab dengan teman sesama pengunjung warkop, mereka juga akrab dengan pelayan warkop mengingat mereka masih tergolong tetangga atau sama-sama sebagai suporter tim sepak bola (*Aremania* dan *Lasbas*). Mereka sering melihat pertandingan sepak bola di stadion saat tim favorit mereka bertanding.

Mereka *nyethe* di warkop dua kali sehari yaitu pada siang hari dan malam hari. Konsumsi terhadap kopi bergantung dengan intensitas *nyethe* di warkop yaitu 2 gelas per hari. Konsumsi rokok rata-rata sebungkus per hari sedangkan rokok yang *dicethe* sebanyak 5-6 batang.

Kedua, sebagai sarana *refreshing* dengan praktik sosial *nyethe* di warkop yang memakai *kopi ijo* sebagai menu andalan, letak warkop yang lebih dekat dengan rumah, strategis dengan jalan raya dan ruang warkop yang luas. Motivasi pengunjung warkop *nyethe* di warkop karena keinginan untuk melepas kepenatan atau stress dengan cara menikmati *kopi ijo* dan rokok yang *dicethe*. Pengunjung warkop lebih sering pergi ke warkop sendiri. Hal ini berhubungan dengan kesibukan mereka bekerja sehingga tidak memungkinkan untuk pergi ke warkop bersama-sama dengan teman seperti saat mereka masih remaja. Mereka *nyethe* di warkop dua kali sehari yaitu pada siang hari dan malam hari. Konsumsi terhadap kopi bergantung dengan intensitas *nyethe* di warkop yaitu 2 gelas per hari. Konsumsi terhadap rokok rata-rata sebungkus per hari sedangkan rokok yang *dicethe* sebanyak 6-8 batang.

Pengunjung warkop dalam kategori ini lebih akrab dengan pengunjung lain yang sudah saling mengenal. Mereka sering membicarakan tentang pekerjaan. Hubungan mereka dengan pelayan dan pemilik warkop juga cukup baik. Pelayan warkop sering menemani pengunjung warkop *nyethe* saat mereka tidak sibuk. Mereka sering membicarakan tentang hobi karena memiliki kesamaan hobi yaitu memelihara burung.

Ketiga, sebagai modus penyalahgunaan obat-obatan terlarang, mereka melakukan praktik sosial *nyethe* di warkop yang memiliki pelayan perempuan dan fasilitas biliar. Mereka sering ke warkop karena pelayanan dari pelayan warkop yang memuaskan dan pelayan tersebut sama-sama mengonsumsi pil koplo. Apalagi pengunjung warkop yang lain juga banyak yang mengonsumsi pil koplo, bahkan miras dan sabung ayam. Selain itu bermain biliar merupakan salah satu cara untuk mengisi waktu disela-sela *nyethe*.

Pengunjung warkop minum pil koplo sebelum pergi ke warkop. Pil koplo yang dikonsumsi berjenis *double L* yang harganya relatif murah. Ada juga pengunjung warkop yang minum pil koplo secara terang-terangan saat di warkop. Menurut mereka mengonsumsi pil koplo dan dilanjutkan dengan minum kopi, rasanya akan jauh lebih nikmat. Awal minum pil koplo untuk kerukunan dengan teman, namun lama-lama menjadi ketagihan dan tidak bisa lepas dari rangkaian aktivitas *nyethe*.

Pengunjung warkop dalam kategori ini pergi ke warkop secara sendiri-sendiri maupun beramai-ramai. Hal ini bergantung usia mereka. Pengunjung warkop usia remaja biasanya datang ke warkop beramai-ramai, sedangkan usia dewasa lebih sering berangkat sendiri-sendiri. Pengunjung warkop usia remaja berteman sejak kecil dan sampai sekarang sering ke warkop bersama-sama. Mereka saling mentraktir kopi dan bertukar rokok, bahkan membeli pil koplo dari teman sekolah maupun kenalannya kemudian mengonsumsinya bersama-sama. Biasanya mereka mentraktir teman jika mempunyai uang lebih. Selain itu, mereka juga sering bermain biliar dan bergantian membayar sewanya. Ironisnya, jika dulu pil koplo diperoleh dari teman *nyethe* namun sekarang pil koplo lebih sering diperoleh dari pelayan warkop.

Pengunjung warkop kategori ini, lebih sering *nyethe* di warkop antara 1-2 kali sehari yaitu pada siang dan malam hari. Konsumsi terhadap kopi bergantung dengan intensitas *nyethe* di warkop. Konsumsi terhadap rokok rata-rata sebungkus per hari, bahkan bisa lebih beberapa batang, sedangkan rokok yang *dicethe* bergantung intensitas *ngopi* yaitu antara 2-4 batang per *ngopi*. Sebelum *nyethe* atau sambil menunggu *wedhang* kopi yang mengendap mereka bermain biliar terlebih dahulu. Topik pembicaraan bergantung usia pengunjung warkop, namun secara umum mereka membicarakan tentang pil koplo dan canda tawa biasa.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji praktik sosial *nyethe* pengunjung warkop di Tulungagung. Praktik sosial *nyethe* terbentuk karena adanya dialektika antara habitus *nyethe*, ranah dan modal-modal yang dimiliki pengunjung warkop. Pengunjung warkop yang menjadi informan memiliki habitus *nyethe* karena terbentuk dari proses sosialisasi dengan lingkungan pergaulan. Meskipun ada beberapa informan yang pada awalnya dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, namun pengaruhnya lemah. Habitus *nyethe* juga selalu diawali dari habitus merokok dan habitus *ngopi* karena *nyethe* merupakan perpaduan antara aktivitas *ngopi* dan merokok.

Praktik sosial *nyethe* dapat dilihat dari tindakan-tindakan informan selama *nyethe* di warkop. Ada tiga

kategori praktik sosial *nyethe* pengunjung warkop di Tulungagung. **Pertama** *Nyethe* sebagai sarana mempererat hubungan sosial maksudnya adalah *nyethe* di warkop merupakan aktivitas yang digunakan untuk berkumpul dengan teman sehingga hubungan sosial mereka semakin erat. Praktiknya di warkop yang memakai kopi hijau sebagai menu andalan, ramai pengunjung, area warkop yang luas serta tempatnya yang strategis dengan jalan raya. Pengunjung warkop datang ke warkop beramai-ramai dengan teman, duduk berkelompok, adanya traktiran kopi, saling mencoba rasa rokok teman, topik pembicaraan seputar anak muda, akrab tidak hanya di dalam warkop tetapi juga di luar warkop. **Kedua** *Nyethe* sebagai sarana *refreshing* yaitu *nyethe* sebagai salah satu aktivitas yang dapat digunakan untuk melepaskan kejenuhan, lelah dan stres setelah bekerja, beraktivitas, atau bahkan menganggur. Praktiknya di warkop yang memakai kopi hijau sebagai menu andalan, ramai pengunjung, area warkop yang luas serta tempatnya yang strategis dengan jalan raya. Pengunjung warkop sering datang ke warkop sendiri, ke warkop untuk menikmati kopi dan merokok, topik pembicaraan seputar pekerjaan dan hobi. **Ketiga**, *nyethe* sebagai modus penyalahgunaan obat-obatan terlarang yaitu *nyethe* merupakan serangkaian aktivitas yang diselingi konsumsi terhadap obat-obatan terlarang. Praktiknya di warkop yang memiliki pelayan perempuan serta fasilitas biliar sebagai penglaris. Pengunjung warkop tersebut kebanyakan memakai pil koplo, miras, dan sabung ayam. Pengunjung warkop minum pil koplo sebelum ke warkop, bermain biliar, topik pembicaraan bergantung usia informan namun secara umum membicarakan pil koplo dan canda tawa biasa.

Saran

Nyethe merupakan bagian dari budaya minum kopi di Tulungagung. Budaya *nyethe* memiliki dampak positif dan negatif. Positif jika budaya itu dimanfaatkan untuk sarana mempererat hubungan sosial dan sarana *refreshing*, sedangkan negatif jika digunakan sebagai salah satu modus penyalahgunaan obat-obatan terlarang. Oleh karena itu saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut: (1) Untuk Pemerintah Tulungagung dan pihak yang berwajib agar mengontrol keberadaan warkop karena warkop bisa digunakan sebagai tempat penyalahgunaan obat-obatan terlarang atau minum-minuman keras. (2) Untuk masyarakat Tulungagung khususnya perokok dan pecinta kopi agar tetap melestarikan budaya *nyethe* karena budaya tersebut adalah budaya asli Tulungagung dan mengembangkan *nyethe* sebagai kegiatan yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Beritasurabaya. Net. 2013. 15 Juli. "Semangat JJ Royal Coffe Angkat Budaya Minum Kopi". (Online). (http://beritasurabaya.net/index_sub.php?category=25&id=9637). Diakses pada Kamis, 18 Juli 2013).
- Harian Seputar Indonesia (SINDO). 2011. 29 Mei. "Penanda Kehidupan Kota Marmer". (Online). (<http://www.seputar-indonesia.com/edisicetak/content/view/402051/>). Diakses pada Senin, 26 November 2012).
- Harker, Richard (Eds). 2009. (Habitus X Modal) + Ranah = Praktik: Pengantar Paling Komprehensif Kepada Pemikiran Pierre Bourdieu. Penerjemah. Pipit Maizier. Yogyakarta: Jalasutra.
- Narotama, Hendrasta. 2009. *Makna Pelayan Perempuan Warung Kopi Bagi Masyarakat Desa Gebang Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. (Online). (<http://skripsi.umm.ac.id/files/disk1/297/jiptumpp-gdl-s1-2009-hendrastan-14841-PENDAHULU-N.pdf>). Diakses pada Senin, 26 November 2012).
- Paguyuban Cinta Wisata Tulungagung. 2012. *Lomba Nyethe dalam rangka HUT Tulungagung ke-807*. (Online). (<http://twicsy.com/i/gwWTPC>). Diakses pada Sabtu 8 Desember 2012).
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J.. 2008. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.