

**KONSEP *HABITUS* BOURDIEU DAN BUDAYA POPULER
DALAM CERPEN *FILOSOFI KOPI* KARYA DEWI LESTARI
*THE BOURDIEU'S HABITUS CONCEPT AND POPULAR CULTURAL
IN FILOSOFI KOPI SHORT STORY BY DEWI LESTARI***

Ummu Fatimah Ria Lestari
Balai Bahasa Papua
Jalan Yoka, Waena, Heram, Kota Jayapura, Papua 99358.
Telepon: 0811481082,
Pos-el: ummu.fatimah@kemdikbud.go.id

ABSTRAK

Sastra populer adalah sastra yang awalnya terpinggirkan. Karya sastra populer dinilai sebagai karya yang tidak memiliki fungsi dan tujuan sosial, sehingga sering diremehkan. Namun, sebagai suatu karya yang diremehkan, sastra pinggiran tersebut sekarang justru banyak mendapat perhatian dan banyak diminati oleh pembaca. Penelitian ini membahas tentang *habitus* dan budaya masyarakat populer dalam cerpen *Filosofi Kopi* karya Dewi Lestari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan tentang *habitus* dan budaya masyarakat populer dalam cerpen tersebut. *Habitus* dan budaya masyarakat populer tersebut akan diteliti melalui unsur intrinsik maupun ekstrinsik cerpen ini. Konsep *habitus* Bourdieu digunakan untuk menjelaskan pola hidup masyarakat dalam cerpen *Filosofi Kopi*, sehingga karya sastra populer tersebut dapat memengaruhi selera baca masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini ditempuh dengan langkah-langkah, yaitu pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data. Pengumpulan data diperoleh melalui studi kepustakaan. Dalam cerpen *Filosofi Kopi* karya Dewi Lestari ditemukan refleksi kehidupan sosial masyarakat urban dan budaya populernya. Melalui analisis intrinsik cerpen ini, ditemukan bahwa pemilihan setting, penggambaran tokoh, dan penyusunan alur cerpen tersebut dipengaruhi oleh *habitus* pengarangnya. Tokoh-tokoh dalam cerpen juga memiliki *habitus*-nya masing-masing. Proses pembentukan *habitus* tokoh-tokohnya tampak dalam alur cerpen.

Kata kunci: *habitus, sastra, Filosofi Kopi, budaya populer*

ABSTRACT

Popular fiction used to be marginally fiction. It was considered disfunction and no has the social goals. So, it was useless. But now, that popular fiction becomes interesting and favourite thing on public literary. This research discusses about habitus and popular cultural of society in Filosofi Kopi short story that written by Dewi Lestari. The goal of this research is to analyze and to describe about habitus and popular cultural of society in Filosofi Kopi short story that written by Dewi Lestari. Habitus and popular cultural of society was researched on intrinsic and extrinsic unsures on that short story. Habitus concept of Bourdieu using for describe the society's life styles on Filosofi Kopi, so it can influence literary distinction of society. This research uses qualitative methods. This research uses some steps, there consist of the collecting data, manage data, and analyzing data. Data was collected by library research. On that short story, the researcher was found the life style of urban society and their popular cultural. The habitus of its writer draws in its setting, characters, and plot. Each character on that short story has their habitus. The forming of their habitus can we found on plot of short story.

Keywords: *habitus, fiction, Filosofi Kopi, popular cultural*

1. PENDAHULUAN

Sastra populer adalah sastra yang awalnya terpinggirkan. Karya sastra populer dinilai sebagai karya yang tidak memiliki fungsi dan tujuan sosial, sehingga sering

diremehkan. Namun, sebagai suatu karya yang diremehkan, sastra pinggiran saat ini justru banyak mendapat perhatian dan banyak diminati pembaca. Di Indonesia, gejala munculnya sastra populer terjadi sejak pertengahan dasawarsa 70-an. Menurut Soemardjo (dalam Dewojati, 2015:14), sastra populer lahir dan kemudian menjadi bacaan dengan banyaknya jumlah pembaca disebabkan oleh beberapa alasan, antara lain 1) pembaca dengan latar belakang pendidikan sekolah menengah atau pendidikan meningkat pada tahun 70-an; 2) waktu luang yang umumnya dimiliki kaum terpelajar serta ibu-ibu rumah tangga juga memengaruhi meningkatnya jumlah pembaca sastra populer; 3) teknologi percetakan yang mulai berkembang di dunia industri Indonesia; dan 4) kultur bacaan populer.

Sastra mungkin sebuah artefak, suatu produk kesadaran masyarakat, suatu pandangan dunia, tetapi sastra adalah juga sebuah industri. Buku bukan hanya merupakan struktur makna, ia juga komoditi yang diproduksi oleh penerbit dan dijual di pasaran untuk mencari keuntungan (Aagleton, 2002:71). Hal ini berarti, buku kumpulan cerpen dan prosa bukan hanya sekadar kumpulan karya-karya sastra, ia menjadi bisnis kapitalis yang mempekerjakan sekelompok orang (penulis, editor, pemilik penerbitan, buruh percetakan, distributor buku, pemilik kios buku) untuk menghasilkan komoditas yang dikonsumsi oleh pembaca untuk suatu profit.

Cerpen *Filosofi Kopi* merupakan salah satu bagian dari buku *Filosofi Kopi: Kumpulan Cerita dan Prosa Satu Dekade* karya Dewi Lestari, terbit pertama kali tahun 2012. Buku ini pernah meraih penghargaan *Sastra Terbaik Pilihan Majalah Tempotahun* 2006. Buku *Filosofi Kopi* memuat delapan belas judul cerpen dan prosa, salah satunya adalah cerpen *Filosofi Kopi* yang ditulis Dewi Lestari pada tahun 1996. Adanya apresiasi dan resepsi yang luar biasa terhadap cerpen *Filosofi Kopi*, membuat buku kumpulan cerpen dan prosa *Filosofi Kopi* menjadi karya sastra populer, buku ini mengalami delapan kali proses cetak ulang sepanjang tahun 2012--2014, apalagi setelah cerpen *Filosofi Kopi* ini diangkat ke film layar lebar pada akhir tahun 2015.

Adi (2016:223) mengemukakan, sebagai salah satu karya sastra populer, ada tujuh faktor yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam penelitian. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, salah satu faktor yang dapat diteliti dalam sastra populer adalah refleksi masyarakat yang terlihat dalam fiksi atau sastra populer. Sepengetahuan peneliti, buku kumpulan cerpen *Filosofi Kopi* termasuk dalam karya yang populer, tapi penelitian terhadap objek cerpen *Filosofi Kopi*, terkhusus menggunakan konsep *habitus* dari Pierre Bourdieu belum banyak dilakukan. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana *habitus* dan budaya masyarakat populer dalam cerpen *Filosofi Kopi* karya Dewi Lestari. Penelitian ini akan menganalisis dan menjelaskan tentang *habitus* dan budaya masyarakat populer dalam cerpen *Filosofi Kopi* karya Dewi Lestari. *Habitus* dan budaya masyarakat populer masyarakat tersebut akan diteliti melalui unsur intrinsik maupun ekstrinsik cerpen ini.

Dalam penelitian sastra populer, hasilnya diharapkan dapat menjawab mengapa karya sastra populer dapat memengaruhi selera baca masyarakat, karena dalam fiksi populer terdapat budaya populer yang mencerminkan masyarakat dalam kehidupannya sehari-hari. Dengan kalimat lain, faktor yang dapat diteliti dalam sastra populer adalah refleksi masyarakat yang terlihat dalam sastra populer. Sejalan dengan hal tersebut, konsep *habitus* dalam teori sosiologi budaya Pierre Bourdieu dapat digunakan untuk mendukung analisis karya sastra populer tersebut. Dalam teori sosiologi budaya Bourdieu, dikenal dengan adanya konsep *arena*, *habitus*, *modal*, dan *praktik*. Konsep-konsep tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain. Dalam penelitian ini, konsep *habitus* akan ban-

yak dipakai untuk menjelaskan bagaimana pola hidup masyarakat dalam cerpen *Filosofi Kopi*.

Secara literal, habitus adalah satu kata bahasa Latin yang mengacu kepada kondisi, penampakan, atau situasi yang tipikal atau habitual, khususnya pada tubuh. Dalam menjelaskan kata itu, Bourdieu menjabarkannya pertama kali pada tahun 1967 dalam suatu appendix saat menulis pengantar pada edisi terjemahannya sendiri ke dalam bahasa Perancis pada tulisan Panofsky, *Gothic Architecture and Scholasticism*. Bourdieu mempertahankan beberapa makna asli konsep ini dalam hubungan tubuh dan habitus. Disposisi dan skema klasifikatori generatif yang merupakan esensi dari habitus bersimbolkan dalam hakikat manusia sejati.

Perwujudan ini agaknya memiliki tiga makna dalam karya Bourdieu. Pertama, dalam nalar yang sepele, habitus hanya ada selama ia ada 'di dalam kepala' aktor (dan kepala adalah bagian dari tubuh). Kedua, habitus hanya ada di dalam, melalui dan disebabkan oleh praksis dan interaksi antara mereka dan dengan lingkungan yang melingkupinya: cara berbicara, cara bergerak, cara membuat sesuatu, atau apapun. Dalam hal ini, habitus secara empatis bukanlah suatu konsep abstrak dan idealis. Ini tidak hanya termanifestasi dalam perilaku, tapi merupakan suatu bagian integral dalam dirinya (dan sebaliknya). Ketiga, 'taksonomi praktis' yang ada pada inti skema generatif habitus, berakar di dalam tubuh. Laki-laki/perempuan, depan/belakang, atas/bawah, panas/dingin, hal-hal tersebut dapat diakses oleh pancaindra--dalam hal ini menalarkan dan berakar dalam pengalaman sensoris-- dari cara pandang seseorang yang disimbolkan (Jenkins, 2013:107-108).

Takwin (2009:xviii-xix) mengungkapkan, habitus bisa dikatakan sebagai ketidaksadaran kultural, yakni pengaruh sejarah yang secara tidak sadar dianggap alamiah. Artinya, habitus bukan pengetahuan bawaan, bukan kategori seperti dalam pengertian Immanuel Kant, bukan juga ide-ide bawaan dan dunia ide seperti yang dimaksud Plato dan Kaum Rasionalis. Habitus adalah produk sejarah yang terbentuk setelah manusia lahir dan berinteraksi dengan masyarakat dalam ruang dan waktu tertentu. Jelas habitus bukan kodrat, bukan bawaan alamiah yang melengkapi manusia, baik secara psikologis maupun biologis. Habitus merupakan hasil pembelajaran lewat pengasuhan, aktivitas bermain, dan juga pendidikan masyarakat dalam arti luas. Pembelajaran itu terjadi secara halus, tidak disadari, dan tampil sebagai hal wajar, sehingga seolah-olah sesuatu yang alamiah, seakan-akan terberi oleh alam atau 'sudah dari sananya'.

2. BAHAN DAN METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Ratna (2006: 47-48) mengemukakan, ciri metode kualitatif antara lain a) memberikan perhatian utama pada makna dan pesan, sesuai dengan hakikat objek, yaitu sebagai studi kultural; b) lebih mengutamakan proses dibandingkan hasil penelitian, sehingga makna selalu berubah; c) tidak ada jarak antara subjek peneliti dengan objek penelitian; d) desain dan kerangka penelitian bersifat sementara, sebab penelitian bersifat terbuka; dan e) penelitian bersifat alamiah, terjadi dalam konteks sosial budayanya masing-masing.

Untuk mencapai hal tersebut ditempuh dengan langkah-langkah, yaitu pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data. Pengumpulan data diperoleh melalui studi kepustakaan. Cara analisis dimulai dengan memeriksa kembali data-data dan menyusunnya sesuai narasi cerita. Selanjutnya, data yang sudah terpilih akan dijadikan bahan analisis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Sinopsis

Cerpen ini bercerita tentang persahabatan antara Ben dan Jody. Keduanya bersepakat untuk mendirikan kedai kopi bersama-sama. Dalam perjanjian kerja, mereka memiliki tugas masing-masing, Ben bertanggung jawab pada urusan penyajian kopi kepada pelanggan, sedangkan Jody mengurus masalah administrasi keuangan kedai kopi mereka.

Sebagai seorang *barista*, Ben menciptakan pengalaman minum kopi. Dia tidak sekadar meramu, mengecap rasa, tapi juga merenungkan kopi yang dibuatnya. Ben menarik arti, membuat analogi, hingga terciptalah suatu filosofi untuk setiap ramuan kopi. Suatu ketika, Ben ditantang oleh seorang pria kaya untuk meracik minuman kopi yang sempurna dalam hal rasa dan aroma. Hadiah yang ditawarkan pria kaya itu sebesar 50 juta rupiah, Ben menerima tantangan itu. Selanjutnya, Ben mulai melakukan eksperimen untuk menemukan kopi yang rasa dan aromanya sempurna, seperti yang diinginkan oleh pria kaya itu.

Dengan kerja kerasnya, Ben berhasil menciptakan minuman kopi dengan rasa dan aroma yang sempurna, seperti yang dicari oleh sang penantanginya, si pria kaya. Artinya, Ben memenangkan tantangan sekaligus uang taruhan sebesar 50 juta rupiah itu. Sejak saat itu, kedai Filosofi Kopi semakin ramai dikunjungi orang. Keuntungan yang mereka peroleh pun menjadi semakin besar. Tidak ada orang yang menyangka kalau akan ditemukan ramuan kopi sedasyat itu di Jakarta, di kedai Filosofi Kopi.

Suatu hari, kedai kopi Filosofi Kopi didatangi seorang pengunjung, seorang lelaki berumur paruh baya. Dari ceritanya, Ben penasaran kalau masih ada kopi yang lebih enak dari kopi Ben's Perfecto yang diraciknya selama ini. Oleh sebab itu, Ben mengajak Jody untuk mencari jenis kopi tersebut dalam beberapa hari, menutup kedai, dan meninggalkan para pelanggan setianya. Dengan berbekal selembar peta yang diberikan oleh lelaki itu, mereka memulai perjalanan. Setelah menempuh perjalanan panjang hingga ke Jawa Tengah, mereka menemukan tempat yang tergambar dalam peta. Mereka tiba di sebuah warung kopi sederhana milik Pak Seno yang terletak di sebuah desa. Di tempat itulah, Ben menemukan racikan kopi yang lebih enak daripada kopi Ben's Perfecto, miliknya. Racikan kopi itu bernama kopi tiwus.

Setelah menikmati segelas kopi tiwus, Ben merasa kalah oleh Pak Seno dalam hal meracik kopi ternikmat, sehingga ia berniat memberikan uang taruhan yang sudah ia menangkan dari pria kaya di Jakarta. Jody berkeberatan jika uang tersebut diserahkan kepada Pak Seno. Ketidaksepehaman itulah yang memunculkan konflik antara Ben dan Jody. Konflik mereda ketika Jody mulai memahami hati dan jalan pikiran Ben, sahabatnya. Jody juga menyadari bahwa Ben adalah nyawa sekaligus tubuh untuk kedai Filosofi Kopi. Selembar cek bernilai puluhan juta hasil taruhan ia serahkan kepada Pak Seno, seperti keinginan Ben sebelumnya. Akhirnya, Ben dan Jody kembali membuka kedai Filosofi Kopi, mereka juga bersepakat untuk menjadikan kopi tiwus sebagai menu kopi spesial di kedai kopi mereka.

3.2 *Habitus* dan Budaya Masyarakat Populer dalam Cerpen *Filosofi Kopi*

Dalam cerpen *Filosofi Kopi*, *habitus* dan budaya masyarakat populer yang dapat dianalisis secara tekstual dan kontekstual. *Habitus* pengarang tentu saja memengaruhi proses kreatifnya. Konsep *habitus* tampak dalam bagian penokohan, umumnya merupakan representasi dari *habitus* pengarangnya. Budaya masyarakat populer dapat ditemukan secara tekstual dalam tema, setting, penokohan, alur cerita, pusat pengisahan yang diungkapkan pengarang dalam karyanya. Budaya masyarakat yang terungkap secara tekstual merupakan realitas masyarakat di luar teks cerpen tersebut.

Pengarang cerpen ini, Dewi Lestari yang adalah seorang 'anak kota'. Dalam cerpennya ini, dia mengambil latar ruang dan sosial budaya sebuah kota besar

(metropolitan). Latar ruang yang dipilih adalah kota Jakarta, latar sosialnya adalah kehidupan masyarakat Jakarta sehari-hari, sedangkan latar budayanya adalah kebiasaan minum kopi masyarakatnya. Pengarang banyak bercerita tentang situasi, kondisi, dan suasana sebuah kedai kopi bernama *Filosofi Kopi*. Seperti halnya tempat umum yang lain, kedai ini dikunjungi oleh berbagai kalangan dengan tujuan yang beragam pula. Ada yang hanya sekadar ingin minum kopi, ingin melepaskan penat, sampai dengan yang ingin mengetahui tentang komposisi minuman kopi. Hal ini tampak dalam kutipan-kutipan cerpen berikut.

Lantai dan sebagian dinding kedai terbuat dari kayu merbau yang berurat kasar, poster-poster kopi berbagai macam pose di sepanjang dinding terbingkai rapi dalam pigura berlapis kaca. Puncaknya, sebuah jendela kaca besar, bertuliskan nama kedai kopi kami dalam huruf-huruf dicat yang mengingatkanmu pada tempat pengkas rambut zaman Belanda.

(Filosofi
Kopi, 2014:2-3)

Tempat kami tidak besar dan sederhana dibandingkan dengan kafe-kafe lain di Jakarta. Namun di sini, setiap inchi dipersiapkan dengan intensitas. Ben memilih setiap kursi dan meja—yang semuanya berbeda—dengan mengetesnya satu-satu, paling tidak seperempat jam per barang. Dia mencobanya sambil menghirup kopi, dan merasa-rasa dengan instingnya, apakah furniture itu cukup ‘sejiwa’ dengan pengalaman minum kopi.

(Filosofi Kopi, 2014:3)

Jika Jakarta sudah menjadi sumber kebudayaan massa, tentunya seluruh Indonesia dalam waktu dekat akan juga akan dikuasai oleh kebudayaan serupa (dalam Damono, 2013:12). Dari pernyataan Damono di atas, dengan menggunakan latar ruang Kota Jakarta dalam cerpen, pengarang bertujuan mengajak pembaca dari luar Jakarta untuk meniru kebudayaan masyarakat Jakarta. Settingan cerita yang diungkapkan Dee bertujuan untuk mengajak pembacanya menjadi bagian dalam cerita, di dalam cerita ditampilkan budaya populer masyarakat urban.

Ada kesesuaian antara settingan cerita dengan kondisi sosial budaya para pembacanya. Pembaca membaca dan menemukan dirinya sendiri, sehingga ada unsur kedekatan sosiokultural antara teks dan pembaca. Settingan cerita dalam cerpen ini boleh jadi dipilih oleh pengarang karena pengarang juga bagian dari cerita ini. Boleh jadi pengarang adalah seorang pengunjung kedai kopi, ia sering menghabiskan waktunya untuk minum kopi sambil mengamati situasi di sana.

Settingan cerita, yaitu kota besar adalah bagian dari *habitus* pengarang. Lingkungan hidup kota besar adalah lingkungan tempat pengarang dibesarkan, cukup berpengaruh dalam membentuk *habitus* tokoh-tokoh dalam ceritanya. Lebih jauh, latar ruang maupun sosial budaya dalam cerpen ini akan mempengaruhi pembentukan karakter tokoh-tokohnya. Misalnya, latar ruang berupa kedai kopi. Dalam cerpen, diceritakan bahwa kedai kopi *Filosofi Kopi* dikelola oleh dua tokoh laki-laki dengan tugas dan perannya masing-masing. Karakter tokoh dibentuk dalam latar belakang sosial budaya mereka.

Tokoh utama dalam cerpen ini adalah dua orang laki-laki yang bersahabat, Ben dan Jody. Lewat tokoh-tokoh ini, Dee seperti ingin menunjukkan kepada dunia bahwa di Indonesia, perihal kopi itu bukan hanya menjadi dunia para lelaki saja. Laki-laki sejati dianggap identik dengan kopi, sehingga kopi dianggap sebagai simbol maskulinitas.

Dee adalah seorang perempuan yang bercerita tentang dunia laki-laki dan kopi dalam cerpen ini.

Lebih jauh menelisik tokoh-tokohnya, tokoh Ben dalam cerpen ini boleh jadi merupakan curahan pengetahuan atau filosofi hidup pengarangnya. Tokoh Ben yang seorang *barista* adalah medium dalam menyampaikan ideologi dan gagasan pengarangnya. Berikut kutipan dalam cerpen yang dapat menjadi representasi.

Ben, dengan kemampuan berbahasa pas-pasan, mengemis-ngemis agar bisa menyelusup masuk dapur, menyelinap ke bar saji, mengorek-ngorek rahasia ramuan kopi dari barista-barista kaliber kakap, demi mengetahui takaran paling pas untuk membuat café latte, cappuccino, espresso, Russian coffee, Irish coffee, macchiato, dan lain-lain. Sampai tibalah saatnya Ben siap membuka kedai kopinya sendiri. Kedai kopi idealis. (Filosofi Kopi, 2014:2)

Sekarang, boleh dibilang Ben termasuk salah satu peramu kopi atau barista terandal di Jakarta. Dan dia menikmati setiap detik karirnya. Di kedai kami ini, Ben tidak mengambil tempat di pojok, melainkan dalam sebuah bar yang terletak di tengah-tengah, sehingga pengunjung bisa menonton aksinya membuat kopi. Dengan koleksi kopi yang kami miliki, kebanyakan pelanggan kedai memang penggemar kopi sejati yang tak henti-hentinya mengagumi daftar menu kami. Benar-benar mengagumi karena mereka mengerti. (Filosofi Kopi, 2014:2)

“Itu yang membuat saya sangat mencintai minuman ini. Kopi itu sangat berkarakter.” Kudengar sayup-sayup Ben berkata kepada salah satu pengunjung perempuan yang duduk di bar.

“Seperti pilihan Anda ini, cappuccino. Ini untuk orang yang menyukai kelembutan sekaligus keindahan.” Ben tersenyum sambil menyorongkan cangkir. “Anda tahu, cappuccino ini kopi yang paling genit?”

Perempuan itu tertawa kecil. (Filosofi Kopi, 2014:4)

Jika kutipan-kutipan cerpen di atas dicermati dan dianalisis, tampak karakter tokoh Ben yang ulet, percaya diri, dan idealis. Tokoh Ben dikemukakan sebagai tokoh yang rela melakukan apa saja untuk mengetahui cara meracik kopi yang pas. Selanjutnya, dari hasil belajar itu, Ben memberanikan diri untuk membuka kedai kopi sendiri. Melalui tokoh Ben, ada ideologi kemandirian yang coba disampaikan pengarang. Lebih jauh, kemandirian ini akan mengarah pada kondisi yang mapan secara ekonomi, karena menimbulkan adanya penguasaan alat-alat produksi dalam masyarakat, sehingga melahirkan golongan kapitalis dalam masyarakat. Golongan kapitalis inilah yang menduduki kelas tertinggi dalam masyarakat.

Habitus seorang pemuda yang sangat mengenal dan pandai meracik kopi tampak dalam tokoh Ben. Keterampilan yang ia miliki menjadi bukti eksistensi dirinya dalam lingkungannya. Tokoh Ben menerima keterampilan meracik kopi dari ayahnya, lingkungan masa kecilnya adalah keluarga petani kopi, dan ia memiliki motivasi yang besar dalam mengembangkan usaha kedai kopi. Keterampilan meracik minuman kopi bukanlah bakat yang muncul begitu saja dalam diri tokoh Ben, melainkan hasil dari proses belajarnya yang panjang. Ben dapat menjadi seorang *barista* dalam cerpen ini merupakan *habitus* yang diperoleh dalam jangka waktu lama dan didukung oleh lingkungan sosial budayanya. Melalui sudut pengisahan tokoh Jody, proses pembentukan *habitus* Ben dapat ditemukan dalam kutipan cerpen berikut.

Ben, dengan kemampuan berbahasa pas-pasan, mengemis-ngemis agar bisa menyelinap masuk dapur, menyelinap ke bar saji, mengorek-ngorek rahasia ramuan kopi dari barista-barista kaliber kakap, demi mengetahui takaran paling pas untuk membuat café latte, cappuccino, espresso, Russian coffee, Irish coffee, macchiato, dan lain-lain. Sampai tibalah saatnya Ben siap membuka kedai kopinya sendiri. Kedai kopi idealis. (Filosofi Kopi, 2014:2)

Tokoh utama yang lain dalam cerpen *Filosofi Kopi* adalah tokoh Jody. Dalam tokoh Jody, sepertinya karakter dan identitas feminin seorang Dee dimunculkan. Jody digambarkan sebagai tokoh yang begitu detail, ekonomis, dan rapi, seperti karakter dari kebanyakan kaum perempuan. Karakter ini tampak dalam kutipan-kutipan berikut.

Setahun lalu, aku resmi menjadi partner kerjanya. Berdasarkan asas saling percaya antarsahabat ditambah kenekatan berspekulasi, kuserahkan seluruh tabunganku menjadi saham di kedai kopi. Selain modal dalam bentuk uang dan ilmu administrasi, aku tak tahu apa-apa tentang kopi. Itu menjadi modal Ben seutuhnya. (Filosofi Kopi, 2014:2)

Jody. J-o-d-y. Kau dapat menemuinya di tempat yang kurang menarik, yakni di belakang meja kasir, atau di pojokan bersama kalkulator. Sementara di pusat orbit sana, Ben mengoceh tanpa henti. Kedua tangannya menari bersama mesin, deretan kaleng besar, kocokan, cangkir, gelas, dan segala macam perkakas di meja panjang itu. (Filosofi Kopi, 2014:3)

“Jody, hari ini aku mendapat tantangan besar.”

Aku, yang sedang sibuk berhitung dengan mesin hitung, hanya tergerak untuk mengangkat alis. Oh, ya? Tantangan apa? (Filosofi Kopi, 2014:8)

“Ben, sudah tambah gelap. Sepertinya, kita tersesat. Cari penginapan saja dulu, besok pagi baru kita keluar lagi.”

Ben bersandar kelelahan. “Oke. Kita kembali ke Klaten.”

Aku langsung banting haluan, sesuatu yang ingin kulakukan sejak tadi, sejak punggungku rasanya meremuk diguncang-guncang jalan berbatu.” (Filosofi Kopi, 2014:18)

“Coba diingat-ingat, rencana pengembangan Filosofi Kopi sudah kususun. Dan semuanya itu membutuhkan kertas ini sebagai modal,” bujukku.

“Aku pensiun dari meramu kopi.”

Kali ini ketidakpahamanku meledak. “Kenapa kamu harus membuat urusan kopi ini menjadi kompleks? Romantis overdosis? Okelah, kamu cinta kopi, tapi tidak usah jadi berlebihan. Pakai rasio...”

Ben bangkit berdiri. “Memang cuma duit yang kamu pikir! Profit, laba, omset... kamu memang tidak pernah mengerti arti kopi buatku. Ambil saja Filosofi Kopi. Kamu sama dengan laki-laki goblok sok sukses itu...”

Tinjuku sudah ingin mampir ke mukanya, tapi kutahan kuat-kuat. “Ben, pikiran kamu masih kalut. Jangan asal ngomong. Kita pulang ke Jakarta sekarang.” (Filosofi Kopi, 2014:23-24)

Berdasarkan kutipan-kutipan di atas, Dee seperti ingin menunjukkan bahwa seorang pengarang perempuan juga mampu bercerita tentang dunia para maskulin. Secara tidak langsung, *habitus* Jody juga tampak dalam kutipan-kutipan cerpen di atas. Jody adalah orang yang tidak tahu apa-apa tentang kopi, tapi jiwa bisnis dan latar belakang pendidikan Jody dalam ilmu administrasi, kemudian mendorongnya untuk membuka kedai kopi bersama Ben. Berdasarkan asas saling percaya antarsahabat dit-

ambah kenekatan berspekulasi, Jody menyerahkan seluruh tabungannya menjadi saham di kedai kopi.

Terkait dengan realitas di luar teks cerpen, sosok laki-laki pekerja keras dan mandiri, seperti tokoh Ben dan Jody, adalah idaman para gadis metropolitan. Oleh karena itu, tokoh-tokoh ini sengaja ditampilkan pengarang sebagai tokoh-tokoh utama dalam cerpennya. Hal ini akan menjadi magnet untuk menarik pembaca dari kalangan gadis remaja. Sosok Ben maupun Jody yang diceritakan dalam cerpen ini akan menjadi sosok idola para gadis, sedangkan para pemuda akan berusaha meniru penampilan tokoh-tokoh idola tersebut. Dengan pertimbangan tersebut, produksi buku dilakukan secara masif, lalu penerbit akan membidik para remaja menjadi target pasar, sehingga hasil penjualan buku kumpulan cerpen ini pun akan meningkat.

Selain kedua tokoh utama, Ben dan Jody, terdapat tokoh pendukung dalam cerpen ini. Tokoh pendukung itu adalah seorang pengusaha kaya dan Pak Seno. Sosok pengusaha muda ini tidak disebutkan namanya dalam cerpen ini. Karakter tokoh pendukung yang satu ini dijelaskan dalam cerita secara deskriptif dan melalui pusat pengisahan tokoh Jody. Berikut kutipan-kutipannya.

Dia mulai bercerita. Sore tadi, dia kedatangan seorang pengunjung, pria parhente berusia 30 tahunan. Melangkah mantap masuk ke kedai dengan mimik yang hanya bisa ditandingi pemenang undian satu miliar. Wajah penuh kemenangan. Mungkin saja benar dia baru saja dapat satu miliar, karena tanpa ujung pangkal dia mentraktir semua orang yang duduk di bar. (Filosofi Kopi, 2014:8-9)

“Berarti, Anda belum bisa pasang slogan seperti itu di depan,” pria itu menunjuk kaca jendela. “Saya kemari karena ingin menemukan gambaran diri...” Selanjutnya dia bercerita panjang lebar mengenai kesuksesan hidupnya sebagai pemilik perusahaan importir mobil, istrinya seorang artis cantik yang sedang di puncak karir, dan di usianya yang masih di bawah 40, dia sudah menjadi salah satu pebisnis paling berpengaruh versi beberapa majalah ekonomi terkenal. (Filosofi Kopi, 2014:9)

Siapapun akan mau bertukar nasib dengannya. Dari langkah pertama dia masuk kedai, auranya menyiarkan kesuksesan, kekayaan, dan istrinya itu, tidak butuh lagi foto aura untuk menangkap kecantikannya.

Disaksikan semua pelanggan yang sengaja kami undang, Ben menyuguhkan secangkir Ben's Perfecto pertamanya dengan raut tegang.

Pria itu menyeruput, menahan napas, kemudian menghembuskannya lagi sambil berkata perlahan, “Hidup ini sempurna? (Filosofi Kopi, 2014:12-13)

Berdasarkan kutipan-kutipan cerpen di atas, dapat diketahui bahwa tokoh pengusaha tersebut memiliki karakter yang royal, sombong, dan egois. Karena merasa memiliki banyak uang, dia menantang Ben untuk menciptakan sebuah jenis minuman kopi yang sempurna. Dengan uang yang ia miliki, ia merasa mampu untuk membayar kreativitas Ben dalam meracik kopi untuknya. Dengan uangnya, ia ingin membeli ‘pengakuan’ semua orang bahwa hidupnya sudah sukses di usia muda. Sayangnya, Ben tertarik dengan tantangannya. Namun, pada akhirnya dia tersadar kalau dia hanya dijadikan alat pemuas ego pengusaha itu.

Habitus tokoh pengusaha ini jelas menunjukkan pola hidup yang materialistis. *Habitus* ini terbentuk dalam lingkungan sosialnya, sehingga yang tampak dalam interaksinya adalah karakter atau sikap yang royal, gaya berjalan yang pongah, dan tutur kata yang angkuh. *Habitus* ini dapat dicermati dalam kutipan cerpen di atas yang menyebutkan “yang tanpa ujung pangkal dia mentraktir semua orang yang duduk di bar.”

Habitus ini mungkin akan dianggap sebagai sikap yang wajar dalam era modern seperti sekarang, karena adanya kepentingan tertentu atau kebutuhan akan ‘pengakuan sosial’. Oleh karena itu, tokoh ini dihadirkan pengarang sebagai tokoh pendukung sekaligus tokoh antagonis.

Selanjutnya, tokoh pendukung yang lain adalah tokoh Pak Seno. Tokoh Pak Seno dihadirkan sebagai tokoh yang lugu dan bersahaja. Karakternya berbanding terbalik dengan tokoh pengusaha tadi. Karakter Pak Seno terdapat dalam kutipan-kutipan dalam cerpen berikut.

“Satu gelas harganya berapa, Pak?”

“Kalau gorengannya 50 perak satu. Tapi kalau kopinya, sih, ya, berapa saja terserah situ.”

“Kenapa begitu, Pak?” tiba-tiba Ben bersuara.

“Habis Bapak punya buanyaaaaakk... sekali. Kalau memang mau dijual biasanya langsung satu bakul. Kalau dibikin begini, cuma-cuma juga ndak apa-apa. Tapi, orang-orang yang kemari biasanya tetap saja mau bayar. Ada yang kasih 150 perak, 100, 200..., ya, berapa sajalah.”

“Mari diminum, Pak,” aku siap menyeruput.

“Oh, monggo, monggo.” (Filosofi Kopi, 2014:21)

“Pak Seno titip salam. Dia juga titip pesan, kita tidak bisa menyamakan kopi dengan air tebu. Sesempurna apa pun kopi yang kamu buat, kopi tetap kopi, punya sisi pahit yang tidak mungkin kamu sembunyikan. Dan di sanalah kehebatan kopi tiwus..., memberikan sisi pahit yang membuatmu melangkah mundur, dan berpikir. Bahkan aku juga telah diberinya pelajaran,” napasku harus dihela agar lega dada ini, “bahwa uang puluhan juta sekalipun tidak akan membeli semua yang sudah kita lewati. Kesempurnaan itu memang palsu. Ben’s Perfecto tidak lebih dari ramuan kopi enak.” (Filosofi Kopi, 2014:28)

Dalam kutipan-kutipan cerpen di atas, dapat diketahui bahwa *habitus* tokoh Pak Seno terbentuk dalam lingkungan kampung yang bersahaja. Tidak ada pertarungan ego dan kompetisi gengsi di sana. Tokoh Pak Seno tidak terbebani dengan harga yang harus dibayar pelanggan kopinya. Ia juga tidak silau dengan materi. Ia menganggap kopi tiwus adalah berkah untuk keluarganya. Ia rela berbagi kopi tiwus kepada siapa saja yang datang di kedainya. Ia hidup tanpa mengharapkan adanya kesempurnaan, seperti halnya rasa dalam segelas kopi tiwus. Baginya, pekerjaan menyeduh segelas kopi hanya membutuhkan ketulusan. Oleh karena itu, ketulusan dan kesederhanaan menjadi filosofi dalam menjalani kehidupannya.

Berdasarkan analisis ekstrinsik cerpen ini, sepertinya ada keterlibatan pihak-pihak tertentu dalam memperkenalkan cara hidup tertentu, misalnya pemilik kedai kopi. Sepertinya, kepentingan ekonomi kaum kapitalis bermain di balik penciptaan cerpen ini. Kepentingan ekonomis masih lebih kuat dalam cerpen ini. Pengarang bisa saja hanya menjadi alat untuk mewujudkan kepentingan tersebut. Harus diakui memang bahwa biji kopi memang menjadi komoditi di negeri ini sejak zaman kolonial, pengolahannya berkembang dari metode sederhana sampai metode modern. Fenomena yang berkembang adalah ‘budaya minum kopi’ itu menjadi peluang bisnis. Budaya minum kopi di kedai kopi (*coffee shop*) dianggap sebagai bagian dari gengsi dan legitimasi status sosial. Kebiasaan minum kopi masyarakat urban dijadikan potensi untuk meraup keuntungan ekonomis. Dampaknya, kedai kopi muncul menjamur dimana-mana. Pemilik kedai kopi sebagai *agen* yang saling berkompetisi, baik dalam bentuk penyajian, cita rasa, maupun harga yang ditawarkan. Bisnis kedai kopi juga akan menjelma menjadi *arena* pertarungan baru, tempat muncul dan berkumpulnya berbagai jenis *habitus*. Kedai kopi bukan hanya

sekadar menjadi tempat minum kopi, fungsinya bertambah menjadi tempat berkumpul atau bersantai melepaskan beban pekerjaan. Kegiatan berkumpul dan bersosialisasi dalam kedai kopi menjadi gaya hidup masyarakat urban.

Cerpen *Filosofi Kopi* ini beralur maju (*forward*). Seperti halnya gaya bercerita Dee dalam beberapa novelnya yang lain, bahasanya ekspresif dan jelas. Ekspresi ini menunjukkan bahwa seperti itulah seorang Dee dalam lingkungan sosialnya. Dalam cerpen ini, Dee juga mengemukakan perbedaan prinsip dan ruang hidup antara orang kota dengan orang kampung. Orang kotaberpacu dengan prinsip materialistisnya, sedangkan orang kampung bertahan dengan prinsip kebersahajaannya. Ruang hidup orang kota yang disibukkan dengan pencapaian materi, sedangkan ruang hidup orang kampung hanya diisi dengan pemenuhan kebutuhan batin. Kutipan cerpen berikut yang mencerminkan hal tersebut.

Mbok, mau ana sing njuouk kopi tiwus, terus aku dijoli iki...” Pak Seno berkata kepada istrinya dan menunjukkan selebar kertas bertuliskan angka-angka.”

“Iki opo, Mas?” istrinya menggaruk-garuk kepala tak mengerti.

“Aku ya ora ngerti...” Pak Seno pun mengangkat bahu.

“Ya wis, Mas, disimpan wae. Dienggo kenang-kenangan tho”

Pak Seno manggut-manggut, lalu menyimpan kertas itu di bawah tumpukan baju dalam lemari pakaiannya. (*Filosofi Kopi*, 2014:29-30)

Pada akhir ceritanya, secara tidak langsung Dee mengutarakan pesan moral kepada pembacanya. Pesannya adalah semoderen apapun gaya hidup dan bagaimanapun majunya cara berpikir manusia, ada sisi lain selain materi yang masih dibutuhkan oleh manusia, yaitu persahabatan. Pesan moral Dee tersebut diwakilkan kepada tokoh Jody pada bagian resolusi konflik cerpen ini. Pesan tersebut terungkap dalam kutipan cerpen berikut.

Kuhirup tegukan tiwusku yang pertama..., di benakku membayang wajah Ben. Saat dia datang kepadaku bersama setumpuk ide cemerlang mengenai kedai ini. Dua tahun yang lalu.

Kuhirup tegukanmu yang kedua..., membayanglah potongan-potongan gambar, kerja keras kami berdua. Modal pas-pasan. Uang nyaris tak tersisa. Semuanya dikorbankan habis-habisan untuk tempat ini. Membayang wajah Ben yang seperti gelandangan ketika pulang dari tur kopinya ke Eropa. Aku tersenyum, dia memang manusia gigih.

Tegukan yang ketiga..., senyumku kian melebar. Kenangan suka duka melintas: satu hari tanpa pengujung hingga kami dengan frustrasinya meminum bercangkir-cangkir kopi sampai pusing, mesin penggiling bekas yang sering ngadat, tamu yang lupa bawa uang dan akhirnya meninggalkan sepatu sebagai jaminan..., aku tertawa.

Teguk demi teguk berlalu. Semakin padat kenangan yang terkilas balik. Dan ketika tinggal tetes-tetes terakhir yang tersisa, ampas di dasar cangkirku ternyata sebuah perasaan kehilangan. Aku kehilangan sahabatku.

(*Filosofi Kopi*, 2014:26)

Kutipan di atas menjelaskan perasaan Jody yang kehilangan sahabatnya, Ben. Dalam teks dapat diketahui bahwa ia teringat sahabatnya dan semua kenangan mereka dalam beberapa tahun terakhir. Ia jadi tersadar bahwa keberadaan Ben di kedai *Filosofi Kopi* lebih penting daripada sejumlah uang yang mereka miliki. Kebutuhan akan suasana persahabatan adalah kebutuhan jiwa dan sosial manusia, tidak dapat ternilai oleh materi apapun. Adanya kutipan tersebut dalam cerpen boleh jadi adalah kritikan atas realitas kehidupan masyarakat urban yang materialistis dan individualistis. Meskipun

tidak disampaikan secara langsung, tapi diwakilkan pengarang melalui tokoh rekaannya. Kritik sosial yang diungkapkan secara tidak langsung juga menunjukkan *habitus* pengarang untuk bertahan dalam dunia sastra.

Kepopuleran cerpen ini dilatarbelakangi oleh pengetahuan awal pembaca terhadap karya-karya Dee sebelumnya, misalnya *Supernova*. Mereka menjadi penasaran akan keunikan dan kejutan apa yang akan ditampilkan Dee dalam kumpulan cerpen *Filosofi Kopi*. Dee dianggap akan selalu menyajikan sesuatu yang berbeda dalam alur cerita-ceritanya. Tema-tema yang diusung dalam karya-karya Dee terbilang *up to date*, ditambah lagi dengan dukungan strategi pasar, memungkinkan Dee bertahan dalam *arena* sastra sampai kini. Secara umum, pembaca sastra populer menjadikan karya sastra sebagai sarana hiburan, bahkan mungkin pelarian, sehingga mereka menyukai akhir cerita “bahagia” dari apa yang mereka baca.

4. PENUTUP

Setelah membaca dan menganalisis cerpen *Filosofi Kopi* dapat disimpulkan bahwa cerpen *Filosofi Kopi* karya Dewi Lestari merupakan refleksi kehidupan sosial masyarakat urban dan budaya populernya. Melalui analisis intrinsik untuk cerpen ini, ditemukan bahwa pemilihan setting, penggambaran tokoh, dan penyusunan alur cerpen tersebut dipengaruhi oleh *habitus* pengarangnya. Tokoh-tokoh dalam cerpen juga memiliki *habitus*-nya masing-masing. Proses pembentukan *habitus* tokoh-tokohnya tampak dalam alur cerpen.

Dari sisi pembacanya, alur dalam cerpen ini juga menyajikan cerminan kehidupan pembacanya. Setting cerpen dibuat begitu dekat dengan lingkungan dan gaya hidup pembacanya, sedangkan tokoh utama dalam cerpen diharapkan dapat menjadi sosok idola untuk para pembacanya. Secara umum, pembaca sastra populer menjadikan karya sastra sebagai sarana hiburan, bahkan mungkin pelarian. Oleh karena itu, mereka menyukai penyelesaian konflik cerita yang bahagia. Selain itu, juga ditemukan ada keterlibatan pihak-pihak tertentu dalam memperkenalkan cara hidup tertentu, misalnya pemilik kedai kopi. Sepertinya, kepentingan ekonomi kaum kapitalis bermain di balik penciptaan cerpen ini. Pengarang bisa saja berdiri di balik kepentingan kaum kapitalis tersebut. Pengarang menjadi alat untuk mewujudkan kepentingan tersebut. Pihak penerbit buku kumpulan cerpen ini bukan hanya menjual cerita, melainkan juga menjual budaya ‘minum kopi’ versi orang kota.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Ida Rochani. 2016. *Fiksi Populer: Teori dan Metode Kajian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damono, Sapardi Djoko. 2012. *Kebudayaan (Populer) (di Sekitar) Kita*. Jakarta: Editum.
- Dewojati, Cahyaningrum. 2015. *Sastra Populer Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Jenkins, Richard. 2013. *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu*. Terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ratna, I Nyoman Kutha. 2006. *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra dari Strukturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Takwin, Bagus. 2009. ”Proyek Intelektual Pierre Bourdieu: Melacak Asal-Usul Masyarakat, Melampaui Oposisi Biner dalam Ilmu Sosial.” Dalam *Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu* hal. xviii-xix. Richard Harker, dkk. (editor). Yogyakarta: Jalasutra.