

## **KAJIAN PENAMAAN KEDAI KOPI DI KOTA BANDA ACEH : SEBUAH PENDEKATAN ETNOLINGUISTIK**

Aris Suwansa<sup>\*1</sup>, Wahidah Nasution<sup>2</sup>, dan Teuku Mahmud<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Bina Bangsa Getsempena

### **Abstrak**

Penelitian ini berjudul "Analisis Penamaan Kedai Kopi di Kota Banda Aceh : Kajian Etnolinguistik". Adapun yang menjadi tujuan penulisan ini adalah untuk mengkaji analisis penamaan kedai kopi di Kota Banda Aceh. Pendekatan secara teoritis yang merupakan pendekatan etnolinguistik, dan pendekatan metodologis yang berupa pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penamaan warung kopi berdasarkan kajian etnolinguistik adalah untuk penamaan warung kopi yang dibuat oleh pengusaha di Banda Aceh adalah berdasarkan nama-nama toko yang terkenal dan berdasarkan nama tempat/daerah serta penamaan berdasarkan galaxy, penggunaan bahasa yang tepat dan mudah diingat juga menjadi salah satu andalan bagi pengusaha kopi dalam menamai warung kopi yang dimilikinya, dengan nama-nama tersebut mudah diingat dan dilafazkan maka menjadi budaya dikalangan masyarakat, dapat menjadi lebih eksis dikalangan masyarakat, penamaan warung kopi ini tentunya dibuat agar lebih hits dimata pecinta kopi.

**Kata Kunci:** Etnolinguistik, makna, proses, Semantik

### **Abstract**

*This research is entitled "Analysis of the Naming of Coffee Shops in Banda Aceh City: Ethnolinguistic Studies". As for the purpose of this paper is to examine the analysis of the naming of coffee shops in the city of Banda Aceh. The theoretical approach is an ethnolinguistic approach, and a methodological approach is a qualitative descriptive approach. The data collection technique in this research is observation. The results showed that the naming of coffee shops based on ethnolinguistic studies is for the naming of coffee shops made by entrepreneurs in Banda Aceh based on well-known shop names and based on place / area names as well as naming based on galaxy, the use of appropriate and easy to remember language also becomes One of the mainstays for coffee entrepreneurs in naming the coffee shops they own, with these names easy to remember and pronounce, it becomes a culture among the community, can become more existing among the community, this coffee shop naming is certainly made to be more hits in the eyes of coffee lovers.*

**Keywords:** Ethnolinguistics, meaning, process, Semantics

---

\*correspondence Address  
E-mail: aris.pbsid@gmail.com

## *PENDAHULUAN*

Segala sesuatu yang ada didunia ini memiliki nama. Tujuan pemberian nama ialah agar seseorang dapat dengan mudah mengetahui identitasnya. Selain itu, nama juga dapat untuk membedakan satu sama lain agar seseorang dapat dengan mudah mengenalinya. Penamaan, menurut Kridalaksana (2008:160), merupakan proses pencarian lambang bahasa untuk menggambarkan objek, konsep, proses, dan sebagainya. Proses ini biasanya dilakukan dengan memanfaatkan perbendaharaan yang ada, seperti dengan perubahan-perubahan makna yang mungkin atau dengan penciptaan kata atau kelompok kata.

Sebuah nama akan menentukan keberhasilan dan khususnya dapat menarik khalayak. Keberhasilan yang dimaksud adalah keberhasilan dalam memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dari usaha produk yang ditawarkan. Untuk mencapai keberhasilan tersebut, maka seseorang atau pelaku usaha biasanya memberikan nama yang baik bagi usaha yang akan dijalkannya. Hal ini dikarenakan sebuah nama tidak hanya sebagai pengenalan/penunjuk usaha, tetapi juga menyiratkan harapan pemakaiannya. Dengan demikian hubungan bahasa dengan kebudayaan memang erat sekali, yakni saling mempengaruhi, saling mengisi, dan berjalan berdampingan dalam arti luas hubungan bahasa dengan kebudayaandapat dipelajari melalui bahasa.

Media utama untuk mempromosikan budaya adalah bahasa. Bahasa dikemas sedemikian rupa sehingga masyarakat dapat memahami inti kebudayaan yang dipromosikan dan dikembangkan. Pengembangan kebudayaan termasuk jug penyebar luasd aerah itu sendiri. Alat yang digunakan pengembangan kebudayaan adalah bahasa. Oleh karena itu, bahasa memiliki kedudukan yang paling penting dalam kehidupan dan aktivitas manusia. Dengan bahasa, orang dapat menyampaikan ide atau gagasannya kepada orang lain. Seperti dikemukakan Aslinda dan Leni Syafyahya (2007:7), bahwa hanya manusialah yang memiliki sistem simbol untuk berkomunikasi dan memilik sistem bunyi, memang benar hewan juga berkomunikasi dan mempunyai sistem bunyi, tetapi sistem itu bukanlah sistem kata-kata.

Perubahan zaman menyebabkan pemberian nama pada kedai kopi kian beragam. Nama-nama kedai kopitersebut tidak hanya memakai bahasa Indonesia, tetapi ada pula yang memakai bahasa daerah dan bahasa asing. Hal itu sangat menarik untuk dikaji agar masyarakat umum dapat mengetahui makna dan latar belakang dibalik penamaan kedai kopi tersebut.

Memang kedai kopi sudah ada sejak dahulu, akan tetapi sebelumnya kopi hanya sebatas minuman bagi orang tua dan pria dewasa saja yang biasanya diminum di kedai-kedai tradisional. Saat ini kedai kopi menawarkan modernitas tidak hanya dari segi penampilan kedai, tetapi juga sajian kopi yang dikemas dan diolah dengan menggunakan berbagai metode. Nama-nama kedai kopi itupun terbilang unik, sebut saja Kopi Kenangan. Setiap kedai kopi mempunyai ciri khas yang berbeda-beda yang ingin ditonjolkan selain dari menu yang tersedia, sebuah nama pun bisa mempengaruhi. Sebuah proses penamaan pada suatu bendatermasuk dalam bagian dari kebudayaan.

Secara etimologis, kata “Kebudayaan” berasal dari bahasa Sanskerta, Buddhayah, bentuk jamak dari kata buddhiyang berarti akal atau budi. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Ada tujuh unsur kebudayaan yang universal: bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem pencarian hidup, religi, dan kesenian. Bahasa merupakan salah satu bagiannya. Dalam menjembatani antara bahasa dan budaya dalam fenomena penamaan dibutuhkan sebuah ilmu kebahasaan yang juga berhubungan dengan budaya, yaitu etnolinguistik.

Etnolinguistik atau antropologi linguistik adalah suatu ilmu yang asal mulanya bersangkutan erat dengan ilmu antropologi. Seiring berjalannya waktu antropolinguistik atau etnolinguistik meneliti bahasa-bahasa suku bangsa yang masih sederhana (primitif) dan belum ditulis, artinya masih berbentuk bahasa lisan. etnolinguistik adalah jenis linguistik yang menaruh perhatian terhadap dimensi bahasa (kosakata, frasa, klausa, wacana, unit-unit lingual lainnya) dalam dimensi sosial dan budaya (seperti upacara ritual, peristiwa budaya, folklor dan lainnya) yang lebih luas untuk memajukan dan mempertahankan praktik-praktik budaya dan struktur sosial masyarakat (Abdullah, 2013:10).

Semantik memiliki peran penting bagi linguistik khususnya berkaitan dengan makna. Ilmu semantik terdapat beberapa hal yang perlu dikaji terutama terletak pada makna suatu kata. Beranggapan bahwa makna menjadibagian dari bahasa, maka semantik merupakan bagian dari linguistik yang mempelajari tentang tanda-tanda linguistik dengan hal-hal yang ditandainya. Kata semantik ialah bagian dari struktur bahasa yang berhubungan dengan makna ungkapan atau system penyelidikan makna dan arti dalam suatu bahasa pada umumnya (Fawaid, 2013: 73).

Berbagai teori tentang semantik yang berhubungan dengan makna, maka dapat diungkapkan bahwa setiap kata itu mempunyai makna atau arti yang berbeda-beda.

Tinjauan semantik dalam pengkajian makna meliputi hiponim,hipernim, sinonim, antonim, polisemi dan homonim.Dalam pemakaian bahasa, ternyata tidak sedikit bentuk kata yang memiliki hubungan. Hal ini dapat dilihat, baik pada cara pengucapan, penulisan,maupun dalam bentukpemaknaan

Kridalaksana (2008) menyatakan bahwa makna adalah hubungan dalam arti kesepadanan atau ketidaksepadanan antara bahasa dan alam diluar bahasa, atau antara ujaran dan semua hal yang ditunjuknya. Dapat disimpulkan bahwa makna adalah sebuah hubungan dalam arti kesepadanan atau ketidaksepadanan antara bahasa dan aspek di luar bahasa, atau antara ujaran dan semua hal yang ditunjuknya.

Dalam pemberian nama benda, tempat, dan alam yang dihasilkandari ide atau gagasan memilikimakna dalam pemberian identitasnya. Salah satu ilmu yang mengkaji tentang makna ialah semantik. semantik berarti kajian tentang suatu makna (*the studi of meaning*). Oleh karena itu semantik di sini adalah studi analisis tentang makna-makna linguistik. Karena semantik didefinisikan sebagai *study of meaning*, maka analisis yang dimaksud adalah identik dengan analisis makna (Chaer, 2007: 2).

Pemberian nama juga diberikan pada beberapa tempat. Salah satu tempat yang sangat populer saat ini ialah kedai kopi. Kedai merupakan bangunan tempat berjualan (makanan, minuman dsb). Kopi merupakan 1) pohon yang banyak ditanam di Asia, Amerika Latin, dan Afrika, buahnya disangrai dan ditumbuk halus untuk dijadikan bahan campuran minuman, 2) buah (biji) kopi, 3) serbuk kopi, 4) minuman yang bahannya serbuk kopi. Jadi, kedai kopi dapat diartikan sebagai tempat untuk menjual minuman kopi sebagai menu utama. Di samping itu, beberapa jenis makanan lain juga ada di dalam daftar menu kedai kopi tersebut

Palmer (dalam Aminuddin, 2008) menyatakan bahwa semantik berasal dari bahasa Yunani, mengandung makna *to signify*(memaknai). Sebagai istilah teknis, semantik memiliki istilah pengertian studi tentang makna. Dengan anggapan bahwa makna menjadi bagian dari bahasa, jadi semantic adalah bagian dari linguistik. Menurut Sibarani (2012) terdapat 2 macam proses penamaan, yakni common meaningatau proses penamaan untuk benda-benda umum sehingga membentuk kata-kata benda umum (*common nouns*)dan propernamingatau proses penamaan untuk nama-nama diri sehingga membentuk kata benda nama diri (*proper nouns*).Proper naminglebih berhubungan dengan kajian budaya yang akan diteliti. Karena nama diri (*proper name*) tidak hanya untuk nama orang tetapi bisa digunakan untuk nama-nama kedai kopi.

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusn masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah analisis penamaan kedai kopi di Kota Banda Aceh?

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji analisis penamaan kedai kopi di Kota Banda Aceh.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara teoritis yang merupakan pendekatan etnolinguistik, dan pendekatan metodologis yang berupa pendekatan deskriptif kualitatif.

Lokasi yang dipilih dalam melaksanakan penelitian ini yaitu Kota Banda Aceh penelitian ini derencanakan pada bulan Desember Tahun 2020.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan sumber data nama-nama kedai kopi di Kota Banda Aceh yang sudah diklasifikasikan warung-warung kopi yang diteliti dan kenapa membuat nama itu dan apa alasannya. Serta melakukan wawancara dengan pemilik warung Kopi apa alasan membuat nama warung kopi dan apa maknanya. Berikut nama warung kopi di Kota Banda Aceh

Teknik yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data untuk kepentingan tulisan ini adalah sebagaimana yang biasanya digunakan oleh penulis kualitatif sebelumnya, yaitu dengan melakukan wawancara secara terbuka dan mendalam yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah kepada kebutuhan penulis dan juga dengan melakukan observasi keterlibatan para pelaku sehingga data yang diperoleh lebih *valid*.Adapun tehnik-tehnik pengumpulan data yang penulis lakukan di lapangan, yaitu:

a. Observasi

Observasi keterlibatan adalah metode yang digunakan dalam menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Bungin, 2007: 115). Penulis menggunakan metode penelitian ini guna untuk memperoleh data sebagai mana penulis harapkan menjadi lebih jelas dan terarah sesuai dengan apa adanya yang ditemukan di lapangan kajian secara langsung. Penulis melakukan observasi pada lapangan penelitian terkait dengan analisis penamaan kedai kopi di kota banda aceh : kajian etnolinguistik.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberi jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2007: 186).

Metode ini penulis gunakan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan agar nantinya wawancara lebih terarah kepada pokok penelitian, adapun subjek yang akan di wawancara adalah unsur-unsur penting dalam mengetahui penamaan kedai kopi. Adapun jenis wawancara yang dilakukan oleh penulis yaitu wawancara secara mendalam guna mendapatkan jawaban-jawaban dari responden mengenai analisis penamaan kedai kopi di kota banda aceh : kajian etnolinguistik.

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah “sebuah metode mengumpulkan data-data dalam bentuk dokumen yang relevan. Misalnya menggunakan penulisan dan bahan-bahan pustaka berupa buku-buku, surat kabar yang relevan” (Rahmat, 2004: 87).

Tujuan perlunya dokumentasi ini adalah agar penulis terbantu dalam menyiapkan data dengan baik dan ada referensi yang mendukung yang sesuai untuk judul penelitian. Sistem dokumen ini untuk mempermudah penulis untuk mencari data lapangan dan juga untuk menjadi arsip penting bagi penulis berupa foto penelitian.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis adalah:

1. Menentukan makna leksikal dari nama kedai kopi yang telah dipilih,
2. Melihat arti kata yang sesungguhnya dari kedai kopi yang sudah terpilih pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

b. Wawancara

Terakhir adalah dalam menunjang penelitian, penulis pun menambahkan hasil wawancara dari pemilik kedai kopi untuk mengetahui latar belakang penamaan kedai kopi di Kota Banda Aceh. Penambahan hasil wawancara bermanfaat untuk mengetahui apakah makna makna dalam penamaan ini berhubungan dengan latar belakang dari keinginan dari pemiliknya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Banda Aceh, untuk melihat nama-nama warung kopi di Kota Banda Aceh, sehingga dapat menentukan makna dari warung kopi tersebut. Berikut nama-nama warung kopi yang dipilih dan Kecamatannya:

**Tabel 4.1.** Nama-nama Warung Kopi di Kota Banda Aceh

No	Nama Warung Kopi	Kecamatan
1	Aceh House Kopi	Syiah Kuala
2	Rumoh Aceh Kupa Luwak	Syiah Kuala

3	Dedy kopi	Syiah Kuala
4	Mentari Warkop 24 jam	Lueng Bata
5	Budi warkop	Lueng Bata
6	Cek Pon	Lueng Bata
7	Taufiq Kopi	Kuta Alam
8	Cut zen	Kuta Alam
9	Cut Nun Kopi	Kuta Alam
10	Horas Kopi Gayo	Kuta Alam
11	Ayah kopi	Kuta Alam
12	Kubra (Kupi Beurawe)	Kuta Alam
13	Ali Kopi	Kuta Raja
14	Ady Kopi 24 jam	Kuta Raja
15	Dek Boy	Baiturrahman
16	Daphu Kupa	Baiturrahman
17	Chek Yukee	Baiturrahman
18	Cek Baka	Baiturrahman
19	Virgo	Baiturrahman
20	Kutaraja	Ulee Kareng
21	Zakir Kopi	Jaya Baru
22	Fadlon Kupa	Meuraxa
23	Malaka	Banda Raya
24	Cut En Kupa	Banda Raya

Pada penelitian ini akan membahas tentang penamaan kedai kopi di Kota Banda Aceh yang terdiri dari 23 warung kopi yang akan di teliti, untuk mengetahui makna dari warung kopi masing-masing tersebut berdasarkan etnolinguistik berikut pembahasan makna penamaan warung kopi berdasarkan makna etnolinguistik.

**Tabel 4.1.** Nama Warung Kopi Berdasarkan Nama Tokoh

No	Nama Warung Kopi	Makna Penamaan
1.	Taufiq Kopi	Taufiq Kopi diambil dari nama pemilik kopi taufiq kopi yaitu segala sesuai yang dilakukan sesuai dengan kehendak Allah
2.	Zakir Kopi	Zakir diambil dari nama pemilik kopi, zakir dapat diartikan sebagai tempat penyimpanan kopi
3.	Chek Yukee	Chek Yuke juga diambil dari nama pemilik warung Kopi, kata Chek itu biasa dikatakan sebagai paman, mamak atau om, chek biasanya banyak diambil dari bahasa melayu
4.	Cut Nun Kopi	Cut Nun kopi juga diambil dari nama pemilik warung kopi Cut adalah gelar yang diperoleh bagi orang Aceh yang keturunan raja, Cut Nun Kopi dibuat namanya karena nama Cut Nun sudah eksis dikalangan masyarakat

5.	Budi warkop	Budi Warkop juga diambil dari nama nama pemilik warung kopi, nama budi sangat familiar bagi masyarakat Aceh, nama budi banyak orang katakana berakhlak baik, selain nama yang sangat simpel dan mudah diingat nama budi sangat familir bagi masyarakat sehingga masyarakat sangat mudah mengingat nama tersebut
6.	Cut zen	Cut Zen, juga begitu nama yang diambil dari pemilik warung Kopi Cut Zen, nama cut adalah keturunan raja yang sangat populer di Aceh, sehingga banyak dibuat agar masyarakat mengenal nama-nama tersebut dengan mudah
7.	Ady Kopi 24 jam	Ady kopi 24 Jam dinamai karena nama Ady juga cukup populer di kalangan masyarakat dengan membuat nama Ady yang sudah populer, masyarakat akan mudah mengingat nama tersebut dan akan sering-sering berkunjung ke warung kopi tersebut
8.	Cek Baka	Cek Baka adalah sebuah warung kopi yang ada di Kecamatan Baiturrahman Cek Bak dibuat karena nama tersebut sudah dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat lebih mudah mengingat nama tersebut sehingga mudah datang untuk meminum kopi ke kedai kopinya
9.	Cek Pon	Cek Pon juga nama tokoh penamaan warung kopi Cek Pon karena sudah dikenal oleh masyarakat umum
10.	Ayah kopi	Ayah Kopi merupakan seorang sosok yang dikenal masyarakat, ayah sebutan dari pemilik kopi karena orang-orang sering memanggilnya Ayah, oleh sebab itu dibuat nama warung kopi Ayah
11.	Dek Boy	Penamaan warung kopi dek Boy karena anak laki-laki yang mereka sayangi dan Dek Bok dianggap sebagai pembawa rezeki
12.	Dedy kopi	Penamaan Warung Kopi Dedy Kopi dibuat karena biar lebih menarik nama Dedy yang berarti ayah merupakan bahasa inggris, membuat warung kopi dedi berarti biar lebih populer karena menggunakan nama luar
13.	Fadlon Kupa	Penamaan Fadlon Kopi diambil dari nama pemilik kopi, pembuatan nama Fadlon kopi biasanya dibuat karena

	tokoh tersebut sudah dikenal oleh masyarakat, sehingga masyarakat lebih mudah mengingat nama tersebut
14. Cut En Kupa	Cut En Kopi merupakan nama kedai kopi yang dibuat agar warung kopi tersebut lebih populer, Cut En Kopi dibuat agar warung kopi tersebut lebih populer di mata masyarakat
15. Ali Kopi	Penamaan Warung Kopi Ali Kupa adalah semata-mata karena tokoh ali sudah dikenal baik dilingkungan keluarga, masyarakat, dan masyarakat luas, karena nama Ali tersebut sudah dikenal oleh masyarakat, maka dibuatlah nama tersebut, agar mudah dalam mengingatnya dan nama tersebut juga akan lebih populer jika dibuat menjadi nama usaha

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa penamaan warung kopi di atas yang diambil dari nama tokoh agar warung kopi tersebut lebih populer dan dikenal oleh masyarakat sehingga dibuat warung kopi berdasarkan nama tokoh yang terkenal, Jika dilihat dari kajian etnolinguistik masyarakat Aceh suka memandang tingkat sosial seseorang, jika seseorang tersebut telah populer di mata masyarakat, maka masyarakat akan senang dengan tokoh tersebut dan mereka akan lebih tertarik untuk minum kopi di tempat tersebut.

Kajian etnolinguistik dalam warung kopi di Kota Banda Aceh ini adalah, kebiasaan orang-orang Aceh minum kopi di warung Kopi, karena minum kopi di warung kopi sudah menjadi struktur sosial masyarakat Aceh, warung kopi bukan saja tempat minum kopi tetapi warung kopi juga digunakan untuk bertukar pikiran bagi masyarakat Aceh, tentunya warung kopi yang dipilih adalah warung kopi yang sangat familiar bagi masyarakat sebagai contoh

Zakir Kopi, Zakir kopi sangat populer terutama di kalangan remaja, bahkan zakir menjadi tempat minum kopi salah satu yang difavoritkan remaja, ketenaran nama warung kopi tersebut tidak terlepas dari nama zakir pemilik warung kopi yang biasanya memang dekat dengan masyarakat.

Warung kopi Cut Nun Kopi juga demikian karena nama yang sudah dikenal oleh sebagai masyarakat, maka masyarakat suka untuk minum kopi di kedai kopi tersebut. Budaya masyarakat Aceh sangat kental kepada hubungan pertemanan, kekerabatan, jika

sudah saling mengenal maka masyarakat Aceh lebih suka pergi ketempat yang mereka kenal

Ali Kopi juga sangat populer bahkan ketika malam hari tempat parkirannya luber ke jalan saking banyak orang yang minum kopi di kedai kopi tersebut, alasannya adalah karena nama Ali kopi sudah populer bagi masyarakat Aceh, maka masyarakat lebih senang untuk minum kopi di kedai tersebut sehingga karena nama tadi yang sudah populer sehingga menjadi ngetren bagi masyarakat

Budaya minum kopi sudah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Aceh, banyak masyarakat Aceh yang minum kopi di kedai kopi karena untuk pergi berjumpa kawan, bukan hanya sekedar minum kopi saja, bahkan warung kopi di Aceh sudah menjadi tempat untuk meeting, hangout bagi anak muda dan pertemuan saudara.

Warung kopi bukan saja untuk minum kopi juga banyak kegiatan-kegiatan lain dilakukan di warung kopi, bahkan ada sebagian untuk bisa eksis, biasanya bagi perempuan atau remaja, Oleh sebab itu pengusaha kedai kopi berusaha seefektif mungkin untuk menciptakan rasa kopi yang berbeda, tempat yang strategi dan tidak kalah dengan penamaan warung kopi, agar warung kopi tersebut tambah lebih populer bagi masyarakat.

Penamaan warung kopi dibuat sepopuler mungkin agar masyarakat lebih kenal dengan warung kopi yang dibuat, oleh sebab itu bahkan dibuat warung kopi dengan nama tokoh yang sudah dikenal, agar masyarakat lebih mengenal warung kopi tersebut.

**Tabel 4.2.** Penamaan Nama Warung Kopi Berdasarkan Tempat/Daerah

No	Nama Warung Kopi	Penamaan Warung Kopi
1	Aceh House Kopi	Penamaan warung kopi Aceh House Kopi diambil nama Inggris, house artinya rumah, nama tersebut dibuat agar lebih dikenal dan biar lebih hits karena nama Inggris, biasanya masyarakat Aceh lebih suka sesuatu jika dibuat nama-nama dengan bahasa Inggris terkesan lebih baik dan lebih modern
2	Horas Kopi Gayo	Horas Kopi Gayo merupakan perpaduan antara medan dan Gayo, Horas biasa diartikan semangat dan nama Gayo, penghasil kopi terbesar di Aceh, membuat nama horas Kopi Gayo menjadi lebih populer di mata masyarakat
3	Daphu Kopi	Dhaphu Kopi merupakan Dapur Kopi, Dhaphu kopi dibuat agar lebih nyentrik dengan nama Aceh, sehingga nama dhaphu Kopi lebih dikenal oleh masyarakat Aceh

4	Kubra (Kupi Beurawe)	Kubra Kupu Beruawe, pembuatan nama beurawe karena tempatnya di beurawe Keamatan Kuta Alam, nama beurawe dibuat agar masyarakat tau dimana lokasi kopi tersebut dan mau datang ke lokasi tersebut
5	Rumoh Aceh Kupa Luwak	Kopi Luak sangat populer, karena kopi ini rasanya enak dan harganya cukup mahal, pembuatan nama tersebut agar masyarakat tau perbedaan warung kopi ini dengan warung kopi di tempat-tempat lain Sedangkan rumah Aceh adalah rumah Aceh, Jadi Rumoh Aceh Kupa Luak, berarti Rumah Aceh tempat minum kopi Luak
6	Malaka	Malaka adalah selat sangat populer ketika masa kerajaan dan masa penjajahan Belanda, nama Malaka sangat populer bagi masyarakat Aceh, membuat nama Malaka tentunya memiliki makna tersendiri, agar lebih dikenal oleh masyarakat
7	Kutaraja	Kutaraja adalah nama Banda Aceh semasa penjajahan Belanda, Kutaraja juga sangat dikenal orang Aceh, dengan nama tempat yang sudah populer sehingga mudah diingat oleh masyarakat luas

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penamaan warung kopi di atas, berdasarkan nama tempat/daerah karena nama-nama tempat yang dipilih sudah sangat populer di kalangan masyarakat sehingga penamaan warung kopi tersebut mudah diingat dan dihafal oleh masyarakat, Masyarakat Aceh sangat suka kepada hal-hal yang modern dan populer, jika sudah populer maka mereka akan lebih suka dan lebih percaya diri untuk datang ketempat tersebut

**Tabel 4.3. Penamaan Nama Warung Kopi Berdasarkan Galaksi**

No	Nama Warung Kopi	Penamaan Warung Kopi
1.	Mentari Warkop 24 jam	Penamaan warung kopi dengan mentari 24 jam karena mentari memberikan cahaya, dengan adanya cahaya maka orang-orang bisa hidup begitu juga dengan filosofi penamaan warung kopinya agar warung kopinya hidup maka dibuat nama mentari warkopi kopi 24 jam, agar selamanya hidup
2.	Virgo	Virgo adalah bintang keberuntungan, dan nama juga makna virgo keberuntungan dalam cinta, bagi anak-anak muda membuat nama-nama kekinian seperti ini tentunya memiliki maksud agar

---

warung kopi tersebut lebih populer dikalangan masyarakat

---

Penamaan Warung Kopi berdasarkan nama tempat ini biasa dilakukan agar tempat minum kopi tersebut lebih populer dan dikenang oleh masyarakat, Budaya masyarakat Aceh, lebih melihat siapa yang punya kopi dari pada rasa kopi, sehingga para penguasa kopi membuat kopi dengan nama mereka karena nama mereka sudah populer di tengah-tengah masyarakat. Contoh, *Cut Nun Kopi Ali Kopi, Ayah Kopi*

Nama-nama tersebut sudah dikenal oleh masyarakat pada umumnya sehingga masyarakat akan lebih senang ketika minum kopi ditempat-tempat yang sudah dikenal dan tempat-tempat populer. Budaya masyarakat Aceh lebih suka pergi ketempat terkenal dari pada mencicipi rasa kopi tersebut

Penamaan warung kopi berdasarkan nama tempat/wilayah karena nama-nama tempat yang dipilih sudah sangat populer sehingga nama tersebut mudah diingat oleh masyarakat dengan adanya nama tersebut dapat meningkatkan ekistensi dari rasa kopi, Penamaan yang populer dan mudah diingat menjadi salah satu cara penguasaha kopi dalam penamaan kedai kopinya, dengan nama yang bagus dapat meningkatkan eksistensi warung kopi tersebut di mata masyarakat.

Penggunaan Bahasa yang tepat dan mudah diingat juga menjadi salah satu andalan bagi pengusaha kopi dalam menamai warung kopi yang dimilikinya, dengan nama-nama tersebut mudah diingat dan dilafazkan maka menjadi budaya dikalangan masyarakat, karena nama-nama tempat yang dipilih merupakan nama tempat yang sudah populer dan dikenal oleh banyak sehingga dapat menjadi lebih eksis dikalangan masyarakat, Penamaan warung kopi ini tentunya dibuat agar lebih hits dimata pecinta kopi.

Penamaan warung kopi berdasarkan Galaksi tentunya menjadi sesuatu yang hebat dan bermakna tinggi dan luas, sehingga nama yang dibuat cepat membekas di hati pecinta kopi, dengan penamaan yang unik dan bahasa yang mudah dimengerti maka dapat dipastikan populer dikalangan remaja.

Penggunaan nama-nama galaksi dikalangan remaja tentunya dapat menarik perhatian minat remaja, karena nama yang dibuat sesuai dengan masa-masa remaja dan sesuai dengan gaya kekinian remaja, sehingga ketika mereka berkunjung ke kedai kopi tersebut maka mereka merasa bangga dengan tempat tersebut karena nama yang dibuat populer dan dikenal oleh masyarakat luas.

## ***SIMPULAN DAN SARAN***

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penamaan warung kopi berdasarkan kajian etnolinguistik adalah untuk penamaan warung kopi yang dibuat oleh pengusaha di Banda Aceh adalah berdasarkan nama-nama tokoh yang terkenal dan berdasarkan nama tempat/derah serta penamaan berdasarkan galaxy, Penggunaan Bahasa yang tepat dan mudah diingat juga menjadi salah satu andalan bagi pengusaha kopi dalam menamai warung kopi yang dimilikinya, dengan nama-nama tersebut mudah diingat dan dilafazkan maka menjadi budaya dikalangan masyarakat, dapat menjadi lebih eksis dikalangan masyarakat, Penamaan warung kopi ini tentunya dibuat agar lebih hits dimata pecinta kopi.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan adanya manfaat yang besar untuk pembacanya. Manfaat dari penelitian ini adalah adanya manfaat teoretis dan praktis
2. diharapkan oleh peneliti adalah agar masyarakat (pembaca) dapat lebih kreatif dalam menggunakan ragam bahasa khususnya untuk melabeli dan memberikan nama pada toko atau kedai kopi dan lain sebagainya

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abdullah, Wakti. 2013. *Kearifal Lokal dalam Bahasa dan Budaya Jawa Masyarakat Nelayan di Pesisir Selatan Kebumen (Sebuah Kajian Etnolinguistik)*. **Disertasi.Surakarta: Universitas Sebelas Maret..**

Aminuddin. 2008. *Pengantar Studi Tentang Makna*. **Bandung: Sinar Baru Algensindo.**

Aslinda dan Leni Syafyaha. 2007. *Pengantar Sociolinguistik*. **Bandung: PT. Refika Aditama.**

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan. Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. **Jakarta : Putra Grafika**

Chaer, Abdul. 2007. *Leksikologi & Leksikografi Indonesia*. **Rineka Cipta. Jakarta**