**GAMBARAN *SHARED REALITY* PADA PENGUNJUNG LAKI-LAKI DI *KEUDE KUPHI* PROVINSI ACEH**

***DESCRIPTION OF SHARED REALITY TO MALE VISITORS AT A COFFEE SHOP IN ACEH PROVINCE***

**Nurmalisa**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[190810075@student.mercubuana-yogya.ac.id](mailto:190810075@STUDENT.MERCUBUANA-YOGYA.AC.ID)

082369670461

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *shared reality* pada pengunjung laki-laki di *keude kuphi* Provinsi Aceh. Penelitian dilatarbelakangi oleh banyaknya komentar negatif yang ditujukan kepada pengunjung *keude kuphi* di Aceh. Jumlah partisipan penelitian sebanyak tiga partisipan pengunjung *keude kuphi* di Aceh dan tiga *significant other* yang bertugas mengkonfirmasi data dari partisipan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan menggunakan wawancara semi terstruktur dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran *shared reality* di *keude kuphi* karena keinginan ke *keude kuphi* untuk ngopi, nonton TV, dan wifi gratis kemudian bertemu dengan banyak pengunjung lainnya di *keude kuphi* sehingga memutuskan untuk melakukan interaksi sosial ditambah sudah menjadi tradisi di Aceh jika ke *keude kuphi* pasti melakukan *shared reality*. Temuan lain faktor dorongan internal yang menyebabkan melakukan *shared reality*, yaitu kebutuhan informasi, keinginan untuk berbagi cerita, merasa senang, mendapatkan banyak ide, mendapatkan solusi dari masalah yang sedang dihadapi, merasakan kepuasan setelah melakukan interaksi, dan pikiran lebih tenang. Faktor dorongan eksternal yang menyebabkan melakukan *shared reality* di *keude kuphi*, yaitu merasa dihargai, didengarkan, merasa ada yang peduli, dan dipahami saat membagikan cerita di *keude kuphi*.

**Kata Kunci**: *Keude kuphi*, *Shared reality*, Dan Pengunjung *Keude kuphi* Laki-Laki.

***Abstract***

*This study aims to determine the description of shared reality in male visitors at coffee shops in Aceh Province. The research is motivated by the many negative comments addressed to coffee shop visitors in Aceh. The number of research participants was three participants who visited coffee shops in Aceh and three significant others who were tasked with confirming data from participants. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data was collected using semi-structured interviews and observation. The results of the study show that the shared reality picture in the coffee shop is due to the desire to go to the coffee shop to drink coffee, watch TV, and free wifi then meet many other visitors at the coffee shop so they decide to do shared reality plus it has become a tradition in Aceh if you go to a coffee shop you will definitely do shared reality. Other findings are internal drive factors that cause shared reality, namely the need for information, the desire to share stories, feel happy, get lots of ideas, get solutions to the problems being faced, feel satisfied after interacting, and have a calmer mind. External push factors that cause shared reality in keude kuphi, namely feeling valued, listened to, feeling someone cares, and understood when sharing stories in coffee shops.*

***Keywords:*** *Coffee Shops in Aceh, Shared reality, and Male Visitors to Coffee Shops*

**PENDAHULUAN**

Dari (Suryani & Fery, 2019) kedai kopi terutama digunakan sebagai tempat pertemuan sosial yang menyediakan tempat untuk berkumpul, mengobrol, berbagi ide, dan mengekspresikan ide. Sejak awal berdirinya, kedai kopi selalu menjadi pusat informasi.

Berkumpul ini sudah menjadi kebiasaan turun temurun pada masyarakat Aceh. Hal ini dipengaruhi keinginan masyarakat Aceh untuk menjaga dan menjalin silaturahmi dalam kehidupan bermasyarakat. Agama Islam memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk pola pikir, sikap dan perilaku masyarakat Aceh dalam kehidupan sehari-hari (Sufi, 2004). Masyarakat Aceh menafsirkan syariat Islam menurut seperangkat aturan dari Allah SWT. Hal itu tertuang dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah, antara manusia, dan antara manusia dengan lingkungan alamnya sehingga masyarakat yang sangat kuat yang mentaati dan menegakkan syariat Islam (Abbas, 2018). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada tiga partisipan yang merupakan masyarakat Aceh yang sering ke *keude kuphi* pada tanggal 17 September 2022, 19 September 2022 (via online, yaitu telpon dan WhatsApp), 11 Februari 2023, dan 26 Februari 2023 (tatap muka langsung). Ke 3 narasumber tersebut bernama MS, MH, dan RY dengan tujuan untuk mencari tahu apa penyebab hampir semua masyarakat Aceh setiap harinya berkumpul di *keude kuphi*. Dari hasil wawancara dan artikel di surat kabar dapat disimpulkan bahwa masyarakat Aceh sangat membutuhkan tempat untuk menyalurkan pendapat, mencari informasi dan juga membutuhkan kelompok yang sefrekuensi dan pemahaman dalam berkomunikasi satu sama lain. Hal serupa diungkapkan oleh Puspitasari (2017) manusia dikatakan makhluk sosial yaitu makhluk yang di dalam hidupnya tidak bisa melepaskan diri dari pengaruh manusia lain. Manusia dikatakan makhluk sosial, juga dikarenakan pada diri manusia ada dorongan untuk berhubungan (interaksi) dengan orang lain. Ada kebutuhan sosial (*social need*) untuk hidup berkelompok dengan orang lain.

Namun dengan diberlakukannya syariat islam di Aceh menjadikannya daerah yang sulit untuk mendapatkan tempat berkumpul untuk berinteraksi satu sama lain pada kaum muda walaupun sudah berusaha menghidupkan pertemuan dengan digelar berbagai bentuk acara seni. Namun lagi-lagi kerap terjegal atas nama syariat sehingga masyarakat memanfaatkan warung kopi sebagai salah satu tempat untuk berkumpul dan berinteraksi (Putri, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada empat partisipan yang merupakan masyarakat Aceh yang sering ke *keude kuphi* pada tanggal 17 September 2022, 19 September 2022 (via online, yaitu telpon dan WhatsApp), 11 Februari 2023, dan 26 Februari 2023 (tatap muka langsung). Ke 3 narasumber tersebut bernama MS, MH, dan RY dengan tujuan untuk mencari tahu apa penyebab hampir semua masyarakat Aceh setiap harinya berkumpul di *keude kuphi*. Dari hasil wawancara dan surat kabar di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Aceh sangat membutuhkan tempat untuk menyalurkan pendapat, mencari informasi dan juga membutuhkan kelompok yang sefrekuensi dan pemahaman dalam berkomunikasi satu sama lain.

Berbicara tentang interaksi sosial tak lepas dari kebutuhan mencari kelompok yang sepemahaman seperti teori *shared reality,* yaitu teori dimana orang mengembangkan hubungan satu sama lain dengan membangun konsensus tentang apa yang nyata dan benar. Jika orang tidak dapat membuat kesepakatan tentang *reality* dan kebenaran (yaitu jika mereka tidak dapat berbagi bersama) dengan orang lain, hubungan tersebut akan segera berakhir (Echterhoff & Higgins, 2018). Di dalam Qismullah, Insanuri, Safira, dan Fakriah (2022) menjelaskan bahwa terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa fungsi *cafe* dan warung kopi adalah sebagai sarana komunikasi dan informasi, seperti nongkrong, diskusi, rapat, tempat curhat sesama taman, sebagai pusat untuk mendapatkan berbagai informasi, dan tentunya sebagai tempat untuk menikmati kopi.

Sehingga dapat disimpulkan *keude kuphi* atau warung kopi (dalam bahasa Indonesia) yang ada di Aceh bukan hanya sekedar tempat ngopi saja tetapi juga sebagai tempat titik bertemu, berkumpul dan juga berdiskusi untuk memperoleh informasi bagi masyarakat Aceh tentang berbagai berita terkini baik dalam hal politik, ekonomi, sosial dan lain sebagainya melalui diskusi bersama ataupun sekedar *sharing session* dengan berbagai latar belakang dari setiap individu. Hal ini menimbulkan keprihatinan peneliti terkait kebutuhan masyarakat Aceh terlebih peneliti adalah salah satu putri daerah yang sudah seharusnya membantu berkontribusi dalam menyelesaikan permasalahan di Aceh agar tercapai kesejahteraan masyarakat Aceh. Maka dari itu peneliti ingin menggali lebih dalam bagaimana tradisi-tradisi maupun budaya-budaya seperti berkumpul, berdiskusi, dan bertemu tersebut dapat memunculkan suatu fenomena yaitu interaksi sosial yang beragam dimulai dari putusan politik, ekonomi dan lainnya dan *keude kuphi* (warung kopi dalam bahasa Indonesia) sebagai tempat untuk berbagi bersama agar terpenuhi kebutuhan sosial masyarakat Aceh?

**METODE**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunaka metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data didapatkan dengan melakukan wawancara dan observasi kepada tiga partisipan yang sering mengunjungi *keude kuphi* beserta tiga *significant other* dari ketiga partisipan tersebut. Ketiga partisipan tersebut adalah MZ, BD, dan RB. Untuk *significant other* yaitu RF sebagai teman MZ, NS sebagai istri dari BD, dan DYT sebagai partner kerja RB. Ketiga partisipan berasal dari Aceh dengan lokasi penelitian juga dilakukan di Aceh.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini berfokus gambaran *shared reality* pada pengunjung laki-laki di *keude kuphi* provinsi Aceh. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, terdapat enam tema yang terindikasi, antara lain faktor yang menyebabkan mengunjungi *keude kuphi*, faktor yang menyebabkan melakukan *shared reality* di *keude kuphi,* proses mengunjungi *keude kuphi,* proses terjadinya *shared reality* di *keude kuphi,* perasaan yang dirasakan partisipan saat melakukan *shared reality* di *keude kuphi*, serta dampak setelah melakukan *shared reality* di *keude kuphi.* Selanjutnya peneliti menjelaskan tema gambaran *shared reality* dan perasaan saat melakukan *shared reality* maupun setelah melakukan *shared reality* di *keude kuphi* untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu bagaimana proses terjadinya *shared reality* di *keude kuphi* dan bagaimana perasaan saat melakukan *shared reality* dan setelah melakukan *shared reality* di *keude kuphi* pada pengunjung laki-laki di *keude kuphi* provinsi Aceh.

*Shared reality* pada *keude kuphi* berbeda dengan *shared reality* lainnya. Keunikan *shared reality* pada *keude kuphi* yaitu dilakukan dengan spontan terkadang tanpa arah dan tujuan yang sudah menjadi suatu budaya dimana setiap laki-laki akan mengunjungi *keude kuphi* di Aceh akan melakukan interaksi sosial, seperti menyapa pengunjung lain. Dalam melakukan komunikasi di *keude kuphi* itu terjadi begitu lancar dimana komunikan dan komunikator akan saling menghargai satu sama lain dan itu terjadi dengan sendirinya tanpa ada paksaan dari siapapun, setiap komunikan akan mendengarkan dengan seksama yang disampaikan oleh komunikator dan komunikator dalam menyampaikan pesan akan memilah-milah mana yang patut untuk diceritakan dan mana yang tidak pantas diceritakan. Kemudian setiap orang berhak memberikan pendapat, menyanggah, dan membenarkan suatu informasi yang diberikan oleh komunikator. Masyarakat Aceh ke *keude kuphi* tidak menentu jamnya, terkadang pagi hari, siang hari, maupun malam hari sesuai dengan waktu luang yang dimiliki oleh orang tersebut.

*Shared reality* yang dilakukan oleh masyarakat Aceh pada *keude kuphi* itu terjadi karena mengikuti kebiasaan leluhurnya, dimulai dari proses ke *keude kuphi* hingga proses interaksi yang dilakukan oleh masyarakat Aceh. Melakukan interaksi sosial di *keude kuphi* sudah menjelma menjadi suatu budaya yang dikemas dalam bentuk kegiatan. Budaya adalah pola terpadu dari pengetahuan, kepercayaan, dan perilaku manusia yang bergantung pada kemampuan manusia untuk belajar dan mentransmisikan pengetahuan untuk generasi penerus, seperti kepercayaan adat, norma sosial, dan ciri-ciri material dari kelompok ras, agama, atau sosial Lau, Chiu, dan Lee (2001). Terjadinya *shared reality* karena adanya dorongan partisipan untuk mendapatkan informasi dari orang lain maupun memberikan informasi kepada orang lain di *keude kuphi*. Informasi yang ingin diberikan berupa hal-hal yang menurut partisipan menarik ataupun hal-hal yang mengganjal dalam diri partisipan sehingga perlu dikeluarkan dalam bentuk kata-kata yang nantinya dapat membantu meringankan pikiran negatif tentang masalah yang dihadapi oleh partisipan. Selain untuk membagikan informasi, cerita, maupun lainnya, partisipan juga ingin mendapatkan informasi. Informasi yang ingin didapatkan berupa informasi yang dibutuhkan oleh partisipan seperti lowongan pekerjaan, argument terkait berita yang lagi viral ataupun informasi yang belum diketahui oleh partisipan terkait isu-isu yang ada disekitar wilayah partisipan.

*Shared reality* yang dilakukan oleh masyarakat Aceh pada *keude kuphi* itu terjadi karena mengikuti kebiasaan leluhurnya, dimulai dari proses ke *keude kuphi* hingga proses interaksi yang dilakukan oleh masyarakat Aceh. Melakukan interaksi sosial di *keude kuphi* sudah menjelma menjadi suatu budaya yang dikemas dalam bentuk kegiatan. Budaya adalah pola terpadu dari pengetahuan, kepercayaan, dan perilaku manusia yang bergantung pada kemampuan manusia untuk belajar dan mentransmisikan pengetahuan untuk generasi penerus, seperti kepercayaan adat, norma sosial, dan ciri-ciri material dari kelompok ras, agama, atau sosial Lau, Chiu, dan Lee (2001). Terjadinya *shared reality* karena adanya dorongan partisipan untuk mendapatkan informasi dari orang lain maupun memberikan informasi kepada orang lain di *keude kuphi*. Informasi yang ingin diberikan berupa hal-hal yang menurut partisipan menarik ataupun hal-hal yang mengganjal dalam diri partisipan sehingga perlu dikeluarkan dalam bentuk kata-kata yang nantinya dapat membantu meringankan pikiran negatif tentang masalah yang dihadapi oleh partisipan. Selain untuk membagikan informasi, cerita, maupun lainnya, partisipan juga ingin mendapatkan informasi. Informasi yang ingin didapatkan berupa informasi yang dibutuhkan oleh partisipan seperti lowongan pekerjaan, argument terkait berita yang lagi viral ataupun informasi yang belum diketahui oleh partisipan terkait isu-isu yang ada disekitar wilayah partisipan.

Sejalan dengan pendapat Higgins, Milon dan Echterhoff (2021) manusia pada dasarnya termotivasi untuk membagikan perasaan, keyakinan, dan kekhawatiran mereka tentang dunia dengan orang lain. *Shared reality* mengalami kesamaan dengan keadaan batin orang lain tentang dunia Untuk memahami dunia di sekitar mereka, orang akan berhubungan dengan orang lain untuk menciptakan *shared reality* yaitu kesamaan yang dirasakan dari batin (misalnya, perasaan, kepercayaan, atau perhatian) tentang sesuatu, sehingga dengan begitu *shared reality* akan membangun kedekatan satu sama lain (Milon & Higgin, 2018). Motivasi untuk menciptakan *shared reality* begitu besar sehingga individu akan menyelaraskan dalam percakapan, tidak hanya berupa perkataan maupun sikap dengan orang lain, tetapi juga apa yang kemudian mereka ingat( Milon & Higgins, 2018). Jadi, proses membangun realitas bersama memiliki dampak yang bertahan lama pada representasi mental seseorang pada apa yang dianggapnya nyata dan benar tentang sesuatu. Proses ini disebut efek "*saying is believing*" (Higgins & Rholes, 1978).

Jika hubungan antar pribadi yang spesifik dan pengalaman subjektif dari realitas benar-benar terhubung melalui pengaturan *shared reality,* maka orang harus (i) menyesuaikan sikap, keyakinan, dan perilaku yang relevan terhadap hubungan dengan orang lain dalam hubungan yang diinginkan atau wajib untuk menciptakan dan melindungi pemahaman bersama yang menjadi dasar hubungan tersebut, dan (ii) sikap yang relevan dengan hubungan, keyakinan, dan perilaku untuk menjauhkan diri dari orang lain dalam hubungan yang tidak diinginkan atau melepaskan hubungan untuk tidak melindungi pemahaman bersama yang dimiliki bersama dengan hubungan lain yang masih ada (Jost, Ledgerwood, dan Hardin, 2007).

Dalam perilaku interaksi sosial di *keude kuphi* dengan membagikan informasi atau pengalaman yang dapat disebut *shared reality*, partisipan akan menyesuaikan sikap, keyakinan dan perilaku yang relevan dengan pengunjung *keude kuphi* yang lain sehingga saat membagikan cerita dan mendengarkan cerita akan terjadi keselarasan sehingga satu sama lain akan saling menghargai dan tentunya obrolannya juga berkesinambungan dan searah sehingga satu sama lain dituntut untuk saling memahami di *keude kuphi*. Maka oleh itu partisipan perlu menciptakan dan mewujudkan pemahaman bersama dalam membahas suatu topic di *keude kuphi* yang nantinya akan menjadi dasar terbentuknya hubungan pertemanan yang diharapkan akan lahir kelompok dan komunitas di pengunjung *keude kuphi*. Selain itu partisipan akan menjauhkan diri dari hubungan yang tidak diinginkan, seperti jika terjadi perdebatan di *keude kuphi* maka partisipan akan memilih diam dan menjauh dari kelompok tersebut kemudian bergabung ke kelompok yang sedang tidak terjadi perdebatan. Berger dan Kellner (dalam Milon, Bolger, Zee, Boothby, & Higgins, 2020) mengatakan bahwa melalui proses mendiskusikan pengalaman mereka sehari-hari dengan mitra yang dekat atau disebut juga menyatukan realitas mereka dengan cara mereka sendiri dalam memahami dan menafsirkan dunia baik berupa ide ataupun topik-topik yang lainnya.

Dari hasil pembahasan didapatkan bahwa *gambaran shared reality* yang terjadi pada pada pengunjung laki-laki di *keude kuphi* provinsi Aceh dijelaskan melalui konsep sosial. *Shared reality* adalah diinginkan karena keyakinan didasarkan pada konsensus memenuhi fungsi epistemik, memuaskan kebutuhan untuk kepastian dalam keyakinan. Banyak penelitian menunjukkan bahwa orang-orang lebih percaya diri dalam keyakinan mereka ketika mereka dianggap oleh orang lain, bukan hanya karena teman sebaya maupun rekanan, tetapi karena mereka mengadopsi keyakinan sebagai milik mereka (Dugasa & Kruglanski, 2018). *Shared reality* meningkatkan kepercayaan individu dan pengetahuan terhadap diri mereka sendiri. *Shared reality* memotivasi kognisi untuk memenuhi kebutuhan epistemik ketika orang lain dianggap memiliki epistemik yang cukup berwenang mengenai hal yang bersangkutan. Secara khusus, keanggotaan kelompok dapat berfungsi sebagai isyarat untuk kredibilitas mitra komunikasi individu, dengan cara ini mendorong keseragaman pendapat dan konsensus kelompok (Dugasa & Kruglanski, 2018).

Peneliti juga mendapatkan hasil temuan lain mengenai faktor penyebab mengunjungi *keude kuphi* dan faktor penyebab melakukan *shared reality* di *keude kuphi*. Terdapat 2 faktor penyebab mengunjungi *keude kuphi* yaitu faktor dorongan internal dan faktor dorongan eksternal. Faktor dorongan internal antara lain, keinginan untuk minum kopi, nonton TV, mendapatkan wifi gratis, dan membeli jajanan pasar khas Aceh. Sedangkan faktor dorongan eksternalnya meliputi keinginan untuk mendapatkan informasi dan memberikan informasi.

Kemudian faktor penyebab melakukan *shared reality* di *keude kuphi* juga terdapat 2 faktor yaitu faktor dorongan internal dan faktor dorongan eksternal. Faktor dorongan internal yaitu keinginan untuk berkomunikasi dengan pengunjung *keude kuphi* yang lain, merasa dipercaya, suasana yang nyaman, merasakan senang, merasa tidak kesepian, merasa lebih plong, beban terasa lebih ringan, lebih kuat dalam menghadapi masalah, pikiran jadi terbuka, dan mendapatkan energi positif. Faktor keinginan untuk berkomunikasi dengan pengunjung lainnya di *keude kuphi* sesuai dengan pendapat Echterhoff dan Higgins (2005) seseorang yang mencapai *shared reality* harus memiliki kualitas yang membuatnya menjadi sumber informasi yang tidak hanya dapat diandalkan tetapi juga valid mengenai aspek target dari realitas.

Faktor merasa dapat dipercaya di atas akan membuat partisipan percaya akan kelompoknya, sehingga ketika individu membangun *shared reality* dengan orang lain, mereka dapat mempercayai pandangan orang lain tentang hal-hal, yang memungkinkan mereka untuk mendasarkan penilaian dan tindakan mereka sendiri, setidaknya sebagai penilaian orang lain tentang dunia (Echterhoff & Higgins, 2005).

Faktor merasa nyaman, merasa senang, merasa tidak kesepian, merasa lebih plong, dan merasa beban lebih ringan tergolong kedalam stereotip, pengaturan diri, dan juga perubahan sikap. Menggambar pada tradisi sosial-psikologis yang lebih luas, Hardin dan Higgins (1996) *shared reality* akan mencakup berbagai fenomena seperti komunikasi, pengaturan diri, stereotip, perubahan sikap, dan proses kelompok. Hardin dan Higgins (1996) berpendapat bahwa penciptaan realitas yang dibagikan secara sosial adalah urgensi tertentu ketika orang mengalami ketidakpastian atau ambivalensi tentang keadaan atau objek. Berbagi realitas berfungsi untuk menetapkan keandalan dan validitas representasi dunia.

Faktor lebih kuat dalam menghadapi masalah, pikiran jadi terbuka, dan mendapatkan energi positif termasuk dalam bantuan yang diterima dari orang lain dengan melakukan interaksi sosial di *keude kuphi*. Festinger (1954) mengatakan bahwa orang sering bergantung pada orang lain untuk membangun realita sosial yang sedang dihadapinya dan realitas memberikan insight pada individu untuk membawa kognitif mereka sesuai dengan itu.

Sedangkan faktor dorongan eksternalnya yaitu mengikuti kelompoknya, merasa dihargai, didengarkan, tempat berbagi cerita dan sumber informasi. Faktor mengikuti kelompoknya dikarenakan ingin dianggap sama seperti pendapat Hati dan Setyawan (2015) konformitas teman sebaya merupakan perubahan sikap, kepercayaan, dan tingkah laku seseorang agar sesuai dengan norma kelompoknya sebagai hasil dari adanya tekanan oleh kelompok dengan tingkatan usia sama. Akibatnya mereka senang apabila diterima dan akan tertekan apabila dikeluarkan maupun diremehkan oleh kelompoknya.

Faktor merasa dihargai dan didengarkan saat berada di *keude kuphi*. Memahami keadaan batin bersama ini dapat memainkan peran penting dalam menarik orang satu sama lain lebih daripada memahami karakteristik bersama, seperti sifat kepribadian sehingga akan berusaha saling membangun pemahaman bersama tentang diri mereka sendiri dan hubungan mereka. (Milon, Bolger, Zee, Boothby, dan Higgins, 2020).

Faktor tempat berbagi dan sumber informasi yang membuat partisipan melakukan interaksi sosial di *keude kuphi*. Myers (1999) berpendapat, bahwa komunikasi adalah transaksi antara seseorang dengan orang lain dalam situasi tertentu dalam bentuk hubungan sosial seperti teman dan hubungan keluarga yang memiliki manfaat untuk bertukar pengalaman, saling memberi dan menerima informasi, bertukar ide maupun mempengaruhi orang lain agar dapat merubah sikap dan perilaku.

**KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian dan pembahasan disimpulkan bahwa gambaran *shared reality* pada pengunjung laki-laki di *keude kuphi* Provinsi Aceh yaitu dimulai dari tradisi nenek moyang dimana *keude kuphi* sudah menjelma menjadi budaya masyarakat Aceh yang hampir setiap laki-laki di Aceh pasti ke *keude kuphi* lalu juga ada dorongan dalam diri individu yaitu adanya keinginan mengunjungi *keude kuphi* untuk minum kopi, nonton TV, mendapatkan wifi gratis, membeli jajanan pasar dan juga keinginan untuk bertemu dengan teman-temannya di *keude kuphi*. Dengan mendatangi *keude kuphi* dan bertemu banyak orang yang menimbulkan keinginan untuk melakukan *shared reality* karena adanya kebutuhan untuk mendapatkan informasi dan juga untuk membagikan informasi dengan penuh dihargai, dipahami, didengarkan, merasakan ada yang peduli, disupport, dimengerti sekaligus selaras atau sefrekuensi dengannya sehingga menimbulkan perasaan yang positif, seperti perasaan senang, puas, dan perasaan lainnya. Kemudian juga mendapatkan efek positif di kognitif yaitu seperti menemukan ide-ide baru, mudah mendapatkan jalan keluar dari masalah yang sedang dihadapi, terasa beban pikiran berkurang pikiran lebih segar dan hal hal positif lainnya. Selain manfaat tersebut ada juga manfaat secara fisik dimana fisik terasa lebih bugar dan lebih fresh. Kemudian dilanjutkan juga manfaat secara ekonomi yaitu dengan menjadinya tempat sentral informasi yang terdapat banyak informasi tentunya di *keude kuphi* membantu masyarakat Aceh dalam mencari lowongan pekerjaan di *keude kuphi* dan adanya jual beli barang di *keude kuphi*.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abbas , Syahrizal. (2018). *Filosofi Pelaksanaan Syariat Islam di Aceh*. Banda Aceh: Naskah Aceh (NASA) & Pascasarjana UIN Ar-Raniry.

Dugasa, Michelle,. Arie W. Kruglanski. (2018). *Shared reality* as collective closure. *Current Opinion in Psychology*. 1-14.

Echterhoff, Gerald & E Tory Higgins. (2018). Editorial overview: *Shared reality*: Construct and mechanisms. *Current Opinion in Psychology*. 23: A1-A4.

Echterhoff, Gerald., E. Tory Higgins. (2005). Audience-Tuning Effects on Memory: The Role of *Shared reality*. *Journal of Personality and Social Psychology*. 89(*3*). 257-276.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140.

Hardin, C., & Higgins, E. T. (1996). “*Shared reality*”: How social verification makes the subjective objective. In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), Handbook of motivation and cognition: The interpersonal context (28–84).

Hati, M. M., & Setyawan, I. (2015). Konformitas teman sebaya dan asertivitas pada siswa SMA Islam Hidayatullah Semarang. *Jurnal Empati*. 4(*4*). 191- 196.

Higgins, E. T., & Rholes, W. S. (1978). “Saying is believing”: Effects of message modification on memory and liking for the person described. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14(*4*), 363–378.

Higgins, E. Tory., Maya Rossignac-Milon., Gerald Echterhoff (2021). *Shared reality*: From Sharing-Is-Believing to Merging Minds. *Association For Psychological Science*. 30(*2*). 103-110.

Jost, John T., Alison Ledgerwood., Curtis D. Hardin. (2007). *Shared reality*, System Justification, and the Relational Basis of Ideological Beliefs. *Social and Personality Psychology Compass*. 1(*1*). 2-16.

Lau, Ivy Yee Man., Chi Yue Chiu., Sau Lai Lee (2001). Communication and *Shared reality*: Implications for the Psychological Foundations of Culture. *Social Cognition*, 19(*3*), 350-371.

Milon, Maya Rossignac., E. Tory Higgins. (2018). Beyond Intrapersonal Cognitive Consistency: *Shared reality* and the Interpersonal Motivation for Truth. *Psychological Inquiry*. 29(*2*). 86-93.

Milon, Maya Rossignac., Niall Bolger., Katherine S. Zee., Erica J. Boothby., E. Tory Higgins. (2020). Merged Minds: Generalized *Shared reality* in Dyadic Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1-30.

Myers, D. G. (1999). *Social Psychology*. New York: McGraw Hill College.

Puspitasari, Ratna. (2017). Manusia Sebagai Makhluk Sosial. [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/manusia%20makhluk%20sosial.pdf](file:///C:\Users\ASUS\Downloads\manusia%20makhluk%20sosial.pdf). Diakses pada 11 November 2022. Pukul 10.34 Wib.

Putri, Restu Diantina. (2018). “Harus Sesuai Syariat Islam", Anak Muda Aceh Sulit Cari Hiburan. <https://karyatulisku.com/contoh-daftar-pustaka-buku-skripsi-internet>/ . Diakses pada 25 Maret 2023.

Qismullah, Fitriyani Insanuri., Nahda Safira., Nurul Fakriah. (2022). Penggunaan cafes dan warung kopi sebagai thinking space oleh mahasiswa di aceh the use of cafes and coffee shops as thinking space by university students in aceh. 5(*2*). 161-176.

Suryani, Nia & Fery Mulya Pratama. (2019). Perubahan makna interaksi sosial pada kedai fore coffee. Jurnal Arsitektur. 2(2). 133-139.