Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (1) 2026, Page : 1251-1260

Budaya Kopi Dan Karakter Tempat: Telaah Genius Loci Pada Warung Kopi Purnama Di Bandung

Anita Viana[1], Agus S. Ekomadyo[2], Kurnia Widiastuti[3]
[1,3] Universitas PGRI Semarang
[2] Institut Teknologi Bandung
Corresponding Author: Anita Viana, e-mail: anitaviana@upgris.ac.id[1]

Published: Januari, 2026

ABSTRACT

Coffee Culture and Sense of Place: A Genius Loci Study of Warung Kopi Purnama in Bandung. *This research examines the concept of genius loci or place intelligence to explain the uniqueness of a place, focusing on Warung Kopi Purnama in Bandung, established in 1930. The study explores how genius loci values shape the identity and distinct character of this historic coffee shop, which has preserved its secret recipes and original architectural features. Warung Kopi Purnama is portrayed as a place with strong emotional and historical identity, reflected in its classic architecture and old-world atmosphere. As a social space, it encourages direct interaction through a culture of conversation without internet access. Using qualitative descriptive methods through observation and interviews, the research identifies historical, religious, social, and cultural values embedded in the site. By analyzing image, place, character, and genius loci, the study reveals the meanings that contribute to Warung Kopi Purnama's appeal. Its uniqueness is further emphasized by signature menus such as black iced coffee and sarikaya jam bread, as well as nostalgic architectural elements. Overall, Warung Kopi Purnama is seen as an entity with a soul and emotional identity, offering an authentic experience distinct from modern cafés.*

Keywords: *Genius loci, Image, Place, Character, Warung Kopi Purnama*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Budaya minum kopi bersama teman-teman di Indonesia sudah ada sejak lama. Kegiatan ini biasanya dilakukan pada pagi hari sebelum berangkat ke sawah, siang hari saat jeda bekerja, atau malam hari setelah aktivitas pekerjaan selesai (Orwela & Prilani, 2021). Budaya minum kopi tumbuh seiring dengan budaya gotong royong dan kebiasaan berkumpul yang membangun rasa toleransi (Gumulya & Helmi, 2017). Sebagai salah satu negara penghasil kopi terbaik di dunia, Indonesia memiliki budaya kopi mulai dari hulu hingga hilir. Pada bagian hilir, budaya kopi tampak dalam keberadaan kedai kopi yang menjadi ruang interaksi sosial, baik antara penjual dan pembeli maupun antar pembeli. Dalam konteks arsitektur, kedai kopi memiliki banyak desain inovatif yang mendorong konsumen untuk berkunjung (Said, 2017).

Bandung merupakan kota dengan budaya kopi yang berasosiasi dengan bangunan bersejarah. Kota ini memiliki banyak bangunan peninggalan masa lalu yang kemudian dialihfungsikan menjadi warung kopi atau *cafe* (Purnomo, 2018). Seperti halnya di berbagai kota lain (Setiawan, E., & Andayani, 2016), budaya kopi di Bandung tumbuh dan berkembang sesuai gaya hidup masa kini. Istilah desain populer seperti *industrial, bondage, shabby chic, atau Scandinavian* sering muncul sebagai ekspresi desain warung kopi, yang kerap dipadukan dengan langgam Arsitektur Kolonial sehingga menjadi ciri khas warung kopi di Bandung (Fikrissalim, Telkom, & Bandung, 2019).

Warung Kopi Purnama adalah salah satu kedai kopi di Bandung yang memiliki nilai sejarah dan masih mempertahankan karakter tempo dulu. Arsitektur dan menu di kedai kopi ini tetap dipertahankan sejak pertama kali berdiri pada tahun 1920-an. Bangunan Warung Kopi Purnama memiliki langgam yang selaras dengan bangunan di sekitarnya, sehingga karakter arsitektur masa lalu

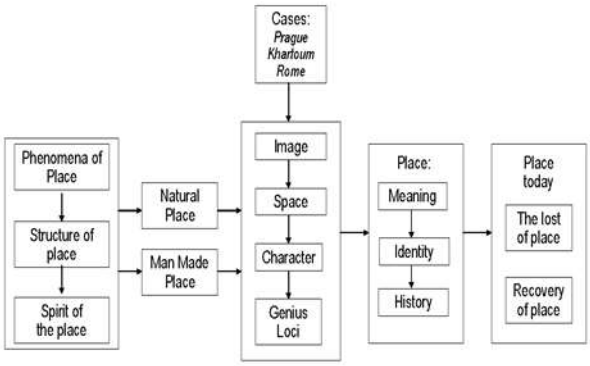
masih terasa kuat (Fahrezy, 2020). Sementara itu, menu khasnya berupa kopi hitam racikan dan roti srikaya disajikan dengan resep yang dijaga sejak awal berdirinya (Haryanto, 2020).

Artikel ini membahas karakter khas Warung Kopi Purnama dengan pendekatan *Genius Loci*. Konsep *Genius Loci* atau kecerdasan tempat menjelaskan mengapa suatu ruang (*place*) bisa menjadi unik karena memiliki "ruh" tertentu, yang dalam konsep ini disebut sebagai *guardian spirit of the place* (Norberg-schulz, 1980). Dengan pendekatan ini, diharapkan keunikan bangunan yang mempertahankan citra masa lalu dapat diidentifikasi. Berbagai elemen bangunan seperti façade, interior, lukisan, pencahayaan, dan lainnya, dapat dikaji perannya dalam menciptakan "ruh" Warung Kopi Purnama. Selain itu, akan ditelaah pula bagaimana relasi antara menu makanan yang disajikan berpadu dengan suasana arsitektural yang membentuk karakter tempat ini.

METODE

Untuk mengungkap karakter khas dari Warung Kopi Purnama, penelitian ini menggunakan pendekatan *Genius Loci* untuk mengidentifikasi makna suatu tempat. *Genius Loci* dapat dimaknai sebagai jiwa atau ruh suatu tempat. Untuk menelusuri *Genius Loci*, ada empat tahap yang bisa dilakukan, yaitu mengamati citra tempat (*image*), memetakan ruang yang membentuk tempat (*space*), mengenali karakter tempat tersebut (*character*), dan menemukan *Genius Loci* dengan menginterpretasikan karakter dengan sejarah yang membentuk tempat tersebut (Norberg-schulz, 1980); (Ekomadyo, 2012); Gambar 1).

Dalam kajian arsitektur, pendekatan *Genius Loci* dapat digunakan untuk mengungkap karakter tempat-tempat bersejarah, seperti yang dilakukan oleh (Kurniawaty & Ekomadyo, 2022)), di kawasan Pasar Baru Jakarta, (Agumsari, D., Ekomadyo, A.S., Bintana, M.G.D., & Susanto, 2020) di kawasan tepi Sungai Musi Palembang, dan (Hajaruddin Siregar et al., 2018) untuk kawasan pusat kota Medan. Untuk mengidentifikasi karakter warung kopi, pendekatan *Genius Loci* digunakan oleh (Putra & Ekomadyo, 2020) untuk melakukan interpretasi makna pada warung kopi Aceh.



Gambar 1. Ilustrasi Pola Teritorialitas pada Asrama Boarding School Semi Militer

Dengan pendekatan ini, maka data dikumpulkan secara kualitatif lewat data sekunder, wawancara, dan observasi, dan wawancara mendalam. Data sekunder digunakan untuk mendapatkan informasi tentang sejarah warung kopi Purnama. Observasi dilakukan dengan mengamati perilaku dan aktivitas di warung kopi Purnama. Wawancara dilakukan ke manager warung kopi Purnama untuk mendapatkan informasi lebih mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Warung Kopi Purnama merupakan kedai kopi di Kota Bandung berkarakter *vintage* (tampilan citra masa lalu) yang hadir di tengah maraknya kedai-kedai kopi dengan citra gaya hidup masa kini. Warung Kopi Purnama menyajikan racikan kopi dan berbagai makanan pendamping yang mana resep-resepnya diturunkan secara turun-temurun dari generasi ke generasi. Sama seperti kedai kopi pada umumnya, Warung Kopi Purnama menjadi tempat untuk ngobrol, bersantai, dan bahkan nongkrong-nongkrong asyik dari kalangan muda hingga kalangan tua. Warung Kopi Purnama juga menjadi penanda sejarah karena telah berdiri sebelum Indonesia merdeka. Inilah yang menjadi daya tarik pembeda dari kedai-kedai kopi lainnya, di mana ketika menikmati sajian kopi dan makanan pendampingnya, para pengunjung akan merasakan nuansa sejarah dan *heritage* di sini.

Warung Kopi Purnama terletak di dekat Alun-Alun Kota Bandung, tepatnya di Jalan Alkateri. Kedekatan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang ingin menikmati suasana Kota Bandung dengan bersantai dan minum kopi. Jalan Alkateri sendiri dikenal sebagai pusat perdagangan gorden sejak masa lalu, dan suasana historis ini masih terasa lewat keberadaan toko-toko interior, toko barang antik, serta pusat reparasi dan penjualan kacamata. Lokasi Warung Kopi Purnama yang terletak di deretan toko-toko tersebut juga mempunyai keindahan tersendiri, di mana ketika seseorang hendak membeli alat tertentu pada deretan toko-toko itu, maka akan melihat Warung Kopi Purnama sebagai tempat mengobrol dan beristirahat yang nyaman.



Gambar 2. Menu Sajian Warung Kopi Purnama

Gambar 2 menunjukan menu utama Warung Kopi Purnama yaitu kopi hitam pekat. Sudah sekitar 90 tahun menu andalan ini menjadi primadona di warung kopi tersebut, berasal dari Kopi Medan campuran biji kopi Arabika dan Robusta. Seperti kafe pada umumnya, Warung Kopi Purnama menjual berbagai makanan pelengkap untuk dinikmati bersama kopi. Salah satunya adalah Roti Srikaya yang tidak berubah sejak didirikan pada tahun 1930. Menu ini diwariskan secara turun-temurun. Semua bahan dibuat secara *homemade*, dibuat terpisah dari Warung Kopi ini (Dananjaya, 2020). Selain itu, ada minuman Sarsaparilla yang juga dikemas dalam botol kaca berdesain *vintage* berisi 300 ml. Nasi Goreng Purnama juga menjadi menu ketiga dan resepnya dijaga secara konsisten dari generasi ke generasi oleh keluarga pemilik warung kopi ini. Nasi goreng ini dibuat dengan campuran bumbu pedas, umami, dan manis, disajikan dengan telur goreng dan sosis untuk melengkapi satu porsi. Selain Kopi Hitam Medan, Roti Srikaya, dan Nasi Goreng Purnama, ada juga menu seperti Lontong Cap Go Meh yang khas Tionghoa, Lumpia Goreng dan Nasi Goreng yang khas Indonesia, lalu menu khas Belanda seperti *Bitterballen.*

Warung Kopi Purnama yang terletak di pusat Kota Bandung ini dapat menjadi daya tarik tersendiri, di mana bangunannya yang masih khas dan tidak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Aspek kontekstual kawasan perkotaan juga membahas perkembangan pola dan gaya arsitektur yang berubah seiring berjalannya waktu (Pawitro, 2015). Membahas arsitektur dan karakter Warung Kopi Purnama Bandung perlu menyertakan sejarah warung kopi ini.

Warung Kopi Purnama sudah berdiri sejak tahun 1930, awalnya didirikan oleh pengusaha lokal asal Tiongkok, John Ah Tong. Setelah belajar tentang kopi susu dan roti srikaya di Medan, beliau memutuskan pindah ke Bandung dan membuka warung kopi dengan nama "Tjong Shong She" artinya "Selamat Mencoba". Nama berubah menjadi Warung Kopi Purnama pada tahun 1960-an seiring dengan kebijakan pemerintah yang mengharuskan nama Indonesia. Sejak 1930 warung kopi ini ramai dikunjungi oleh bangsawan Belanda dan saudagar pebisnis etnis Tionghoa yang membuat warung kopi ini semakin terkenal.

Kesuksesan Warung Kopi Purnama berlanjut hingga generasi berikutnya. Pada tahun 1947, kedai kopi tersebut diambil alih oleh Allen Josanna. Warung Kopi Purnama bertahan selama 30 tahun, berpindah tangan lagi pada tahun 1977 kepada generasi ketiga: Evy Josanna. Akhirnya hingga tahun 2014, kepemilikan Warung Kopi Purnama diambil alih oleh generasi keempat, Aldi Yonas, reputasi kedai kopi tersebut tetap terjaga. Dengan tetap menjaga keaslian bangunan yang didirikan pada tahun 1927, Aldi Yonas kini memasuki generasi keempat yang menjalankan perusahaan warisan tersebut (Putra, 2022).

Selain tetap mempertahankan menu yang diturunkan secara turun-temurun, hingga saat ini pemilik Warung Kopi Purnama juga masih mempertahankan arsitektur bangunan tersebut (Gambar 3). Bangunan yang tidak mengalami perubahan baik eksterior maupun interior inilah keunikan dari Warung Kopi Purnama. Eksterior Warung Kopi Purnama Bandung terlihat khas bangunan kuno

tahun 1930-an. Beberapa perbedaan yang terlihat dari bangunan Warung Kopi Purnama sebelumnya adalah tulisan "Tjong Shong She" yang berubah menjadi Warung Kopi Purnama, bahkan jenis huruf dan warna yang digunakan pun tetap dipertahankan.



Gambar 3. Eksterior Warung Kopi Purnama

Sama seperti eksteriornya, interiornya bernuansa *vintage*. Interior tersebut tidak banyak berubah dengan mempertahankan interior tradisional yang sederhana. Namun tetap terlihat elegan dan klasik. Suasana khas tahun 1930-an masih tetap terjaga dan pengunjung yang tertarik dengan suasana *vintage* akan tertarik untuk mengunjunginya. Pasalnya, suasana di sana tidak hanya menyampaikan suasana masa lalu saja, namun juga membuat pengunjung bisa merasakan suasana pengalaman dan romantisme. Pengalaman akan perjuangan entah berjuang melawan penjajahan maupun zaman dan peradaban dari tahun ke tahun bersama dengan tempat yang menemani dikala semua sudut kota sudah berganti seiring dengan waktu. Romantisme yang dibawa ketika pengunjung bersama dengan sanak saudara atau pasangan merasakan kehangatan kopi bercampur dengan hiruk pikuk nuansa Kota Bandung. Banyak terdapat foto-foto kuno dan sejarah terciptanya Warung Kopi tersebut, khususnya kawasan tanpa rokok. Banyak sekali foto sejarah tentang Warung Kopi Purnama itu sendiri (Gambar 4).



Gambar 4. Interior Warung Kopi Purnama

Eksistensi yang sudah sangat lama ini dipegang oleh Warung Kopi Purnama memberikan budaya minum kopi atau biasa disebut dengan "ngopi" pada sebagian warga yang berada di daerah tersebut secara turun-temurun. Khususnya di kawasan tersebut yang lebih sering disebut dengan kawasan "Pecinan", hal ini mengacu pada sebagian besar masyarakatnya pada kala itu yang didominasi oleh etnis Tionghoa. Sejak zaman dahulu, sebagian besar anak-anak di kawasan tersebut suka diajak oleh ayahnya ataupun kakeknya untuk sekadar mengobrol dan minum kopi di sana. Sehingga budaya tersebut menjadi turun-temurun dan menjadi kebiasaan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Istilah "Kopi Tiam" merupakan istilah yang biasanya mereka gunakan untuk mengatakan budaya ngopi tersebut. Nama ini terdiri dari kata "Kopi" dan "Tiam". "Tiam" berarti "kedai" dalam bahasa Hokkien, jadi Kopi Tiam secara harfiah berarti "Kedai Kopi" (Utama, 2015).

Telaah *Genius Loci* dari Warung Kopi Purnama

Untuk menemukan *Genius Loci*, (Norberg-schulz, 1980) menelusuri suatu tempat melalui citra (*image*), ruang (*space*), dan karakter (*character*) dari tempat tersebut. Menelusuri citra suatu tempat meliputi pengamatan terhadap fenomena yang dapat dilihat, sementara fenomena ruang dilihat dari bagaimana suatu tempat membentuk ruang melalui berbagai aktivitas yang ada, dan karakter didapatkan melalui interpretasi terhadap keunikan tempat tersebut. *Genius Loci* diperoleh dengan

mengaitkan antara karakter tempat dengan sejarahnya, serta bagaimana keunikan itu terbentuk dari waktu ke waktu.

Dengan kerangka ini, *Genius Loci* Warung Kopi Purnama akan ditelusuri. Karakter Warung Kopi Purnama, yang menjadi pembeda dengan kafe pada umumnya, akan diungkap melalui pengamatan terhadap citra dan ruang yang menciptakan suasana khas. Telaah historis akan membuka *Genius Loci* Warung Kopi Purnama, yang menghadirkan suasana dan budaya berbincang-bincang sembari menikmati kopi dan sajian khas lainnya.

Citra (*Image*)

Warung Kopi Purnama terlihat mempunyai citra zaman dahulu, atau *vintage*, yang terlihat pada tampilan arsitekturnya. Beberapa pengamat menyebut arsitektur warung kopi ini berlanggam *Art Deco* yang terletak di bagian *smoking room* yang mana menggunakan *style* modern, dengan beberapa detail bangunan bertema Gotik, dan ada juga langgam arsitektur Tionghoa, Belanda, dan Indonesia. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, arsitektur dari Warung Kopi Purnama menunjukkan karakteristik perpaduan tersebut. Gambar 5 menunjukkan citra eksterior yang didominasi oleh warna coklat muda dan memberikan nuansa zaman dahulu.



Gambar 5. Citra Zaman Dahulu pada Warung Kopi Purnama

Genius Loci dari Warung Kopi Purnama terbentuk karena ada proses sejarah yang menyertai kehadiran kedai kopi. Warung Kopi Purnama masih memegang teguh budaya-budaya kopi dengan karakter zaman dulu. Pengelolaan Warung Kopi Purnama diturunkan secara turun-temurun dari pemilik generasi pertama, sehingga warisan dari masa lalu tetap terjaga hingga sekarang ini. Warung Kopi Purnama sudah ada sejak 1930, sehingga bisa menjadi *heritage* bagi Kota Bandung.

Memasuki bangunan Warung Kopi Purnama, elemen arsitektur yang terlihat pertama kali adalah kasir sebagai media pemesanan pesanan. Bentuk kasir ini mencitrakan nuansa zaman dahulu, mulai dari kaca pembatas antara penjual dan pembeli, komputer kotak, dan warna yang bercorak coklat tua. Dari kasir, pengunjung akan diarahkan pelayan untuk duduk di ruang yang tersedia di dalam Warung Kopi Purnama. Di atas area masuk ke tempat duduk, terdapat papan nama asli dengan nama Tionghoa dari Warung Kopi Purnama (Gambar 6).

Interior Warung Kopi Purnama pun memberikan citra zaman dahulu, *vintage*. *Vintage* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang sudah lama atau berkaitan dengan sesuatu yang klasik. Yang terlihat menonjol adalah desain kursi dan meja yang mencitrakan kursi dan meja pada rumah-rumah zaman dahulu, yaitu sekitar tahun 1930, atau masa di mana zaman sudah terlampaui begitu lama (Gambar 7). Efeknya, penikmat kopi merasakan nuansa *homie* atau kehangatan keluarga dan ramah tamah yang dirasakan ketika sedang bercengkerama. Dengan latar cat tembok berwarna setengah coklat dan putih, pengunjung akan terbawa ke suasana masa lalu. Pada dinding-dinding tembok juga dipasang lukisan dan foto-foto sejarah dari Warung Kopi Purnama, hal ini menambah suasana sejarah warung kopi ini.



Gambar 6. Desain Loket Pembayaran dan Pemesanan



Gambar 7. Kursi dan Meja Warung Kopi Purnama

Citra suasana masa lalu pada Warung Kopi Purnama juga ditemukan pada elemen arsitektur lainnya: ubin, jendela, dan kipas angin (Gambar 8). Ubin di tempat ini mempunyai warna kuning yang identik dengan bangunan lama. Jendela terbentuk dari material kayu yang bagian atasnya terdapat garis-garis untuk ventilasi, bentuknya kotak dengan cara dibuka menggunakan tangan secara bersamaan, seperti sayap kupu-kupu yang membuka dan menutup. Model jendela ini membuat udara di dalam ruangan lebih sejuk karena ada bukaan di jendela untuk sirkulasi udara. Ada juga kipas angin yang masih dipertahankan untuk kenyamanan para pengunjung, yang memperkuat kesan masa lalu dari Warung Kopi Purnama.



Gambar 8. Lantai, Jendela, dan Kipas angin Warung Kopi Purnama

Citra zaman lampau juga terlihat dari pajangan barang-barang antik, yaitu barang yang sudah sangat lama tetapi masih bernilai budaya serta dijaga dengan baik, atau karya seni di Warung Kopi Purnama Bandung. Ada lemari yang diisi oleh barang-barang antik seperti sendok, cangkir, mangkuk, bahkan terdapat radio lama yang sudah jarang ditemui di era sekarang ini. Ada juga televisi model lama yang masih dipertahankan dan memperkuat citra *vintage*, yaitu sesuatu dari masa lampau yang berkualitas tinggi (Gambar 9).



Gambar 9. Lemari Barang, Radio, Dan Televisi

Aneka elemen yang berasosiasi dengan masa lalu memperkuat citra Warung Kopi Purnama sebagai tempat yang menyediakan sajian dari masa lalu juga. Kopi Medan campuran Robusta dan Arabika memiliki cita rasa khas dan diracik secara turun-temurun, menjadi pengikat bagi pengunjung untuk datang. Kopi tersebut biasanya dihidangkan dengan makanan pendamping, yaitu roti srikaya, yang juga punya citra *vintage*. Perpaduan elemen arsitektural, barang antik, dan racikan makanan dari masa lalu menjadi kunci bagi citra zaman dahulu pada Warung Kopi Purnama.

Ruang (*Space*)

Fenomena suatu tempat dapat dilihat dari bagaimana ruang terbentuk melalui aktivitas yang berlangsung di dalamnya. Dalam konteks warung kopi, ruang tidak hanya dipahami sebagai bentuk fisik dengan batasan yang jelas seperti dinding, lantai, dan langit-langit, tetapi juga sebagai wadah terjadinya interaksi sosial antar pengunjung. Penataan meja dan kursi turut membentuk karakter ruang tersebut. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa terdapat dua jenis interaksi sosial yang umumnya terjadi di warung kopi, yaitu interaksi antar sesama pengunjung serta interaksi antara pengunjung dengan pelayan kedai (Putra & Ekomadyo, 2020).

Di Warung Kopi Purnama, interaksi sosial menjadi salah satu ciri khas yang masih dipertahankan hingga kini. Berdasarkan wawancara dengan manajer, warung ini menjunjung tinggi nilai kebersamaan dan kehangatan layaknya dalam keluarga, sehingga tercipta budaya berbincang

langsung antar pengunjung. Tidak tersedianya fasilitas internet atau *wifi* menjadi strategi agar para pengunjung dapat lebih fokus menikmati percakapan bersama teman atau kerabat.

Suasana berbincang sambil menikmati kopi semakin diperkuat dengan nuansa arsitektur dan interior bergaya tempo dulu. Tujuannya agar pengunjung tidak mudah bosan dan dapat merasakan pengalaman berbeda dari kedai modern. Budaya berbincang santai di Warung Kopi Purnama tumbuh secara alami, diiringi atmosfer nostalgia yang dihadirkan melalui elemen-elemen interior seperti foto-foto bersejarah yang menambah kedalaman suasana ruang (Gambar 10).



Gambar 10. Ruang Untuk Ngopi Dan Berbincang

Pengunjung Warung Kopi Purnama dapat memilih tempat duduk sesuai keinginan, namun penataan ruang yang ada membuat jarak antar meja cukup berdekatan. Tata letak seperti ini secara tidak langsung mendorong terjadinya interaksi sosial, di mana setiap pengunjung memiliki peluang untuk saling menyapa atau berbincang satu sama lain. Suasana yang tercipta menjadi akrab dan hangat, selaras dengan karakter warung kopi tradisional. Budaya berbincang santai sambil menikmati secangkir kopi inilah yang menjadi ciri khas dan daya tarik utama Warung Kopi Purnama.

Karakter (*Character*)

Karakter merupakan aspek ketiga yang harus ditelusuri untuk mengidentifikasi *Genius Loci*. (Norberg-schulz, 1980) mendeskripsikan karakter dengan melihat keunikan suatu tempat dari apa yang terlihat (citra) dan dialami lewat pengalaman ruang (*space*). Karakter menunjukkan sebuah *place* bisa menjadi unik pada suatu tempat tertentu.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan pada Warung Kopi Purnama, karakter dari tempat ini adalah suasana dari zaman dahulu atau biasa disebut sebagai *vintage*. Dari penelusuran akan citra dan ruang, ditemukan 3 hal pembentuk karakter *vintage* dari Warung Kopi Purnama: elemen arsitektural dan barang-barang antik, lokasi di pusat kota Bandung, dan sajian menu yang dipertahankan dari masa lalu. Warung Kopi Purnama mempunyai suasana yang kental akan perjalanan sejarah dan kenangan lewat elemen-elemen yang menggambarkan perjalanan sebuah warung kopi ini. Letaknya yang berada di kawasan pusat kota Bandung, tepatnya dekat alun-alun dan merupakan kawasan pecinan kota Bandung juga menjadi tempat bersejarah bagi beberapa etnis yang sebagian pasti menurunkan kebiasaan ngopi terhadap anak cucunya, ini juga menjadi hal yang *memorable* dan membekas bagi beberapa konsumen. Sajian kopi hitam menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk mengunjungi dan melakukan aktivitas di warung kopi ini. Kopi hitamnya juga lazim dihidangkan bersama dengan makanan-makanan ringan khas Bandung.

Karakter Warung Kopi Purnama tersebut menjadi keunikan yang dipertahankan dari masa ke masa. Di sini, ada aspek sejarah yang membentuk karakter tempat ini. Dengan telaah terhadap sejarah maka karakter ini memberikan eksistensi kepada Warung Kopi Purnama, menjadi ruh, yang sehingga membuat masyarakat memilih warung kopi sebagai tempat untuk melakukan interaksi sosial dan berbagai aktivitas lainnya.

Genius Loci

Genius Loci dapat ditelusuri melalui identifikasi citra, ruang, dan karakter yang terbangun lewat suatu proses sejarah. Di sini, *Genius Loci* atau jiwa dari sebuah tempat membentuk keunikan tempat karena ada suatu proses yang membentuknya. Dengan demikian, *Genius Loci* merupakan keunikan lokal yang dimiliki oleh suatu tempat yang berbeda dengan tempat lainnya karena keunikan dari proses tersebut (Ekomadyo, 2019).

Genius Loci Warung Kopi Purnama terbentuk karena eksistensinya dalam mempertahankan karakter yang terbangun dari masa lalu pada aktivitas warung kopi saat ini. *Genius Loci* warung kopi

ini terlihat dari konsistensi karakter *vintage* atau kesan zaman dahulu yang ditampilkan, lewat eksterior dan interior bangunan, serta barang-barang antik atau foto-foto jadul yang dipasang di banyak area di warung kopi ini. Karakter masa lalu menjadi daya tarik bagi masyarakat daerah Bandung untuk melakukan sosial dan beragam aktivitas lainnya di Warung Kopi Purnama.

Ruh dari tempat ini juga terbentuk karena aspek sejarah lokasi Warung Kopi Purnama. Warung Kopi Purnama Bandung merupakan warung kopi pertama di Bandung dan menjadi tempat berkumpul sejak zaman dulu. Ruang di dalam area warung kopi ditata agar mendorong interaksi antara penjual maupun pembeli untuk menghidupkan suasana pada Warung Kopi Purnama. Tidak disediakannya fasilitas internet disengaja agar interaksi langsung ini lebih intensif dan membangun ruh warung kopi ini.

Genius Loci dari Warung Kopi Purnama juga dibentuk oleh sajian yang khas yang menjadi warisan dari awal berdirinya warung kopi ini. Kopi hitam dan roti srikayanya telah memiliki cita rasa yang khas sehingga mendapatkan kepercayaan dari masyarakat Bandung. Sajian ini menjadi sarana bagi pengunjung untuk berinteraksi sembari menikmati suasana zaman dahulu yang menjadi karakter warung kopi ini.

Genius Loci dari Warung Kopi Purnama terbentuk karena ada proses sejarah yang menyertai kehadiran kedai kopi. Warung Kopi Purnama masih memegang teguh budaya-budaya kopi dengan karakter zaman dulu. Pengelolaan Warung Kopi Purnama diturunkan secara turun-temurun dari pemilik generasi pertama, sehingga warisan dari masa lalu tetap terjaga hingga sekarang ini. Warung Kopi Purnama sudah ada sejak 1930, sehingga bisa menjadi *heritage* bagi Kota Bandung.

Suasana zaman dahulu dihadirkan lewat aneka tampilan arsitekturnya. Selain eksterior yang mempertahankan bentuk bangunan lama, interior bangunan didesain dengan menghadirkan kesan zaman dahulu. Terlihat pada foto yang diletakkan pada dinding ruangan utama, di mana wajah dari Warung Kopi Purnama hingga saat ini tidak mengalami banyak perubahan. Bangunan yang didominasi warna putih dan cokelat beserta ornamen jadul tersebut memperkuat kesan zaman dahulu. Banyak hiasan antik yang dapat memberikan suasana dan pengalaman khas bagi pengunjung.

Ruh Warung Kopi Purnama juga terbangun dari sajian-sajian yang dihidangkan, seperti kopi hitamnya dan roti srikayanya yang masih dijaga resepnya hingga sekarang ini. Hal ini menjadi pengikat ketika pengunjung hadir di warung kopi ini. Lewat sajian dan elemen arsitektural, pengunjung bisa menikmati kopi dan sajian lainnya sambil berbincang-bincang, seperti tradisi etnis Tionghoa ketika melakukan kegiatan "ngopi tiam" (Kamilani, 2023). Lewat ngopi, pengunjung bisa menikmati budaya dari masa lalu lewat tempat yang hadir sebagai warisan sejarah yang masih dijaga hingga sekarang ini.

Genius Loci Warung Kopi Purnama tercipta karena ada nilai-nilai sejarah yang dihadirkan pada masa kini lewat karakter bangunan, sajian khas, dan tradisi berbincang-bincang. Ketiganya merupakan keunikan tempat ini yang tidak ditemui di tempat lainnya. Ruh tempat yang dipertahankan dari awal hingga kini menjadi daya tarik bagi pengunjung dibanding kafe atau warung kopi lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan *Genius Loci* Warung Kopi Purnama yang dibentuk oleh sejarah, lokasinya di pusat Kota Bandung, sajiannya (kopi hitam dan roti srikaya), serta arsitekturnya yang bergaya *vintage*. Warung Kopi Purnama mempunyai makna, identitas, dan sejarahnya tersendiri karena masih mempertahankan bangunan lama yang dibangun pada tahun 1930-an. Eksterior dan interior Warung Kopi Purnama menghadirkan suasana tempo dulu lewat langgam arsitektural, benda-benda antik, dan foto-foto sejarah. Hal inilah yang membawa pengunjung terasa mengikuti sebuah perjalanan waktu warung kopi ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Genius Loci* Warung Kopi Purnama terbentuk oleh arsitekturnya yang bergaya *vintage*, suasana ngopi sambil berbincang-bincang, serta minuman dan makanan berupa kopi hitam dan roti srikaya. Kekhasan Warung Kopi Purnama juga tercipta lewat ruang yang mendorong pengunjung untuk saling berbincang. Suasana zaman dahulu membuat para pengunjung selalu bernostalgia. Meja dan kursi ditata agar pengunjung bisa bercengkerama mengisi waktu bersama. Minuman dan makanan yang masih dipertahankan hingga sekarang ini, kopi hitamnya serta roti srikaya, masih menjadi primadona dengan resep yang

sudah dipertahankan sejak 90 tahun yang lalu. Belajar tentang *Genius Loci* Warung Kopi Purnama membuka pengetahuan tentang budaya kopi sebagai bagian dari budaya Indonesia sejak masa lalu. Lebih dari sekadar minuman, kopi adalah cerminan dari kekayaan budaya, kearifan lokal, dan keterampilan para masyarakat produsen kopi (Rahayu, Fakhrunnisa, & Noorman, 2020). Lewat tegukan kopi, para penikmatnya bisa terhubung dengan warisan luhur nenek moyang kita. Warisan budaya kopi Indonesia juga tercermin dalam aneka warung kopi yang menjadi tempat berkumpulnya masyarakat, tempat berbagi cerita, dan tempat merasakan kehangatan serta keramahan. Termasuk Warung Kopi Purnama yang menjadi kasus penelitian ini.

REFERENSI

Agumsari, D., Ekomadyo, A.S., Bintana, M.G.D., & Susanto, V. (2020). Capturing Genius Loci of Riparian Culture: The Case of Musi River Palembang. *3rd International Conference on Dwelling Form (IDWELL 2020)*, Volume 475. Advances in Social Science, Education and Humanities Research.

Dananjaya, L. (2020). Warung Kopi Purnama, 3 Menu Legendaris. Retrieved from Kelana Nusantara website: https://kelananusantara.com/warung-kopi-purnama-rasa-yang-tak-pernah-berubah-sejak-1930/

Ekomadyo, A. S. (2012). Menelusuri Genius Loci Pasar Tradisional sebagai Ruang Sosial Nusantara. *Seminar Nasional Semesta Arsitektur Nusantara 1 (SAN1)*. Malang: Universitas Brawijaya.

Ekomadyo, A. S. (2019). Evaluating revitalized public markets as economic and socio-cultural places in Indonesi. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, *27*(2), 963–976.

Fahrezy, M. R. (2020). *Perancangan Persuasi Komersial Warung Kopi Purnama Bandung Melalui Media Buklet*. Universitas Komputer Indonesia.

Fikrissalim, Muhammad, Telkom, Universitas, & Bandung, Kota. (2019). Penyikapan arsitektur tropis dalam mempertahankan lokalitas arsitektur kolonial yang beralih fungsi menjadi kedai kopi. *Jurnal Atrat*, *7*(2), 187–204.

Gumulya, Devanny, & Helmi, Ivana Stacia. (2017). KAJIAN BUDAYA MINUM KOPI INDONESIA. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, *13*(2), 153–172. https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785

Hajaruddin Siregar, Hari, Natalivan, Petrus, & Suharjono Ekomadyo, Agus. (2018). Cultural Assemblage as Genius Loci: Character Analysis of Medan City Center District. *SHS Web of Conferences*, *41*, 04011. https://doi.org/10.1051/shsconf/20184104011

Haryanto, H. (2020). *Eksistensi Warung Kopi Sebagai Konsep Ruang Publik Di Kota Makassar*. Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar.

Kamilani, D. (2023). Warung Kopi Purnama, Salah Satu Ikon Legendaris Kuliner Bandung. Retrieved from DigoID website: https://digo.id/detail-news/warung-kopi-purnama-salah-satu-ikon-legendaris-kuliner-bandung

Kurniawaty, Geofani, & Ekomadyo, Agus Suharjono. (2022). MENELUSURI GENIUS LOCI PASAR BARU JAKARTA. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, *6*(1), 30. https://doi.org/10.31848/arcade.v6i1.908

Norberg-schulz, C. (1980). *Genius Loci*. Rizzoli.

Orwela, Citra, & Prilani. (2021). Perilaku Komunikasi dalam Adaptasi Budaya Ngopi Pada Masyarakat Kota Kediri di Era Pandemi Convid-19. *Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *6*(1), 95–105.

Pawitro, U. (2015). Preservasi-Konservasi Bangunan Bersejarah dan Pengelolaan Kawasan Kota Lama. *Simposium Nasional RAPI XIV - 2015 FT UMS*, 13–20.

Purnomo, Mangku. (2018). Contesting Indonesia's Single Origin Coffee Market: A Dynamic Capabilities Perspective. *Asian Social Science*, *14*(8), 91. https://doi.org/10.5539/ass.v14n8p91

Putra. (2022). Tempat Kuliner Legendaris Bandung: Sejarah Kopi Purnama yang Berdiri Sejak 1930. Retrieved from Ayo Bandung website: https://www.ayobandung.com/bandung-baheula/pr-795141575/tempat-kuliner-legendaris-bandung-sejarah-kopi-purnama-yang-berdiri-sejak-1930

Putra, Riza Aulia, & Ekomadyo, Agus S. (2020). INTERPRETASI MAKNA PADA WARUNG KOPI ACEH Studi Kasus: Warung Kopi Solong di Banda Aceh. *ATRIUM Jurnal Arsitektur*, *1*(1), 1–10. https://doi.org/10.21460/atrium.v1i1.32

Rahayu, Lina Meilinawati, Fakhrunnisa, Ritma, & Noorman, Safrina. (2020). KOPI PRIANGAN: PENGUKUHAN IDENTITAS MELALUI BUDAYA NGOPI DAN BERMEDSOS (MEDIA SOSIAL). *Jurnal Sosioteknologi*, *18*(3), 408–421. https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2019.18.3.8

Said, I. (2017). Warung kopi dan gaya hidup modern. *Jurnal Al-Khitabah*, *3*(1), 33–47.

Setiawan, E., & Andayani, S. A. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen (Suatu Kasus Pada Kedai Kopi Di Wilayah Majalengka). *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Peternakan*, *4*(2), 138–148.

Utama, A. V. (2015). Kopi Tiam di Warung Kopi Purnama. Retrieved from Komunitas Aleut! website: https://komunitasaleut.com/2015/02/18/kopi-tiam-di-warung-kopi-purnama/