



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu kebiasaan yang akhirnya diadopsi oleh masyarakat Indonesia dari bangsa luar ialah minum kopi. Biji kopi ternyata juga memiliki sejarah yang cukup panjang di Indonesia. Hal tersebut diceritakan oleh seorang budayawan H. Drs. K. Ng. Agus Sunyoto. Ia menceritakan banyak hal soal kopi dan sisi kleniknya yang seringkali juga mengisi wadah sajen, serta menjadi bagian dari tradisi zaman kuno masyarakat Indonesia. Ade (2017, para 3)

Tradisi minum kopi di Indonesia sudah dikenal sejak lama, berawal dari zaman Belanda membawa biji kopi ke Indonesia dan masuknya agama Islam ke Indonesia kopi menjadi pengganti sesajen untuk leluhur untuk menggantikan tuak karena dilarang dalam agama islam. Setelah itu kopi juga mulai dikonsumsi masyarakat lokal Indonesia sebagai minuman sehari-hari. Seiring berjalannya waktu, kopi mulai merambah kalangan muda hingga remaja. melihat potensi pasar yang luar biasa ini membuat para kapitalis mulai melirik dan memanfaatkan keadaan, hal ini dapat dilihat dari menjamurnya *coffee shop* dimana-mana.

Kini kopi sudah menjadi bagian dari masyarakat urban, kini kita dapat menemukan *coffee shop* dengan mudah dimanapun. Salah satu daerah yang memiliki *coffee shop* terbanyak adalah Gading Serpong di Tangerang Banten. Kita dapat menjumpai *coffee shop* dimanapun kita

melangkah di Gading Serpong, Tangerang-Banten, mulai dari mall hingga daerah kosan dan ruko-ruko yang tesebar di seluruh daerah di Gading Serpong, dengan standar harga yang berbeda-beda. Menurut www.qraved.com Coffee Scene alias budaya kopi lagi ngehits banget di mana-mana. Nggak ketinggalan, di Serpong pun mulai banyak bermunculan kedai kopi dengan keunikan dan keunggulan masing-masing. Bisa dibbilang hampir tiap bulan ada aja tempat ngopi baru! (“14 *Coffee Shop* Buat Pencinta Kopi Sejati di Serpong”, 2016, para.3)

Mengacu pada pernyataan yang ditulis www.qraved.com mengenai *coffee scene* diatas, kita dapat simpulkan bahwa minat masyarakat di Gading Serpong terhadap budaya kopi sedang naik daun yang dapat dibuktikan dengan para pelaku bisnis *coffee shop* yang terus berinovasi dan berlomba mendirikan *coffee shop* di Gading Serpong.

Selain memiliki dampak positif bagi para pelaku bisnis tempat nongkrong, ternyata kini gaya hidup minum kopi di *coffee shop* yang dianut kaum urban mulai menyeret para kalangan muda ke dalam perilaku konsumtif.

Sebuah contoh kasus yang ditulis kompas.com yang berjudul “*Latte Factor*”, Bahaya Baru yang Menggerogoti Orang Indonesia dalam artikel ini diceritakan:

“Hanna yang berusia 25 tahun sebagai karyawan perusahaan swasta sangat gemar minum kopi, ia selalu minum kopi di kedai yang satu cangkirnya bisa mencapai Rp 50.000 dan hal ini menjadi kesenangan dan kebiasaan yang membuatnya ketergantungan. Perbulan ia menghabiskan sekitar Rp 700.000-Rp 1.000.000 hanya untuk minum kopi. Gaya hidup seperti itu bisa jadi berbahaya.

Sebuah riset dari Kadence International Indonesia pada tahun 2013 menemukan fakta bahwa 28 persen masyarakat Indonesia memiliki pengeluaran yang lebih besar daripada pendapatan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2015 juga menyatakan masyarakat Indonesia semakin konsumtif dan mulai meninggalkan kebiasaan menabung. Hal itu tergambar dari menurunnya Marginal Propensity to Save (MPS) dan naiknya Marginal Propensity to Consume (MPC) selama tahun 3 tahun terakhir sebelum 2015.” (“Mengenal Latte Factor, Bahaya Baru Yang Menggerogoti Orang Indonesia”, para. 1-3)

Berdasarkan beberapa hal di atas peneliti merasa tertarik untuk mempelajari dan meneliti mengenai bagaimana pemaknaan gaya hidup kalangan anak muda penikmat kopi di *coffee shop* Provokatif, guna mengetahui pemaknaan mereka tersebut terhadap fenomena gaya hidup minum kopi di *coffee shop*.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana makna gaya hidup minum kopi di *coffee shop* pada kalangan anak muda penikmat kopi di Provokatif ?

1.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui makna gaya hidup minum kopi di *coffee shop* pada kalangan anak muda penikmat kopi di Provokatif