



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 II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

Penulis	Kelvianto Suisa, Veronica Febrilia	Elly Herlyana	Daniel Julianus
Judul	GAYA HIDUP MINUM KOPI KONSUMEN DI THE COFFEE BEAN & TEA LEAF PLASA TUNJUNGAN SURABAYA	FENOMENA COFFEE SHOP SEBAGAI GEJALA GAYA HIDUP BARU KAUM MUDA	PEMAKNAAN GAYA HIDUP DI KALANGAN ANAK MUDA PENIKMAT KOPI DI COFFEE SHOP PROVOKATIF
Permasalahan	Budaya minum kopi itu sendiri telah berkembang tidak hanya sebagai pemuas kebutuhan para pencinta kopi saja melainkan pula muncul sebagai trend atau gaya hidup tersendiri.	Maraknya tempat-tempat semacam kafe di dua kota yang menjadi perhatian utama tulisan ini yaitu Yogyakarta dan Jakarta.	Gaya hidup minum kopi di <i>coffee shop</i> yang terbilang mahal dalam harga dan terabaikannya kebutuhan dasar kalangan anak muda para penikmat kopi di <i>coffee shop</i> provokatif.
Tujuan	Mengetahui lebih jauh bagaimana gaya hidup minum kopi konsumen di <i>The Coffee Bean&Tea Leaf</i> Plasa Tunjungan Surabaya.	Mengetahui lebih jauh bagaimana fenomena <i>coffee shop</i> sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda	Mengetahui pemaknaan gaya hidup di kalangan anak muda di <i>coffee shop</i> Provokatif
Metodologi	Deskriptif kuantitatif	Metode Kualitatif	Metode Kualitatif
Hasil Penelitian	Ada kecenderungan bahwa gaya hidup minum kopi konsumen <i>The</i>	Gejala <i>coffee shop</i> sebagai gaya hidup di kalangan remaja disebabkan	Diketahui kopi sebagai gaya hidup dimaknai juga sebagai seni, para penikmat kopi mengaku bahwa kopi

	<p><i>Coffee Bean& Tea Leaf</i> di Plasa Tunjungan III lebih didominasi oleh responden yang minum kopi di <i>The Coffee Bean&Tea Leaf</i> untuk bersosialisasi, bersantai, mencari fasilitas internet/wi-fi, bertemu dengan komunitas, konsumen yang memiliki <i>frame of reference</i> dan memiliki gengsi (<i>prestise</i>).</p>	<p>banyak faktor baik psikologis maupun sosial.</p>	<p>merupakan minuman yang sehat dan dapat memberikan semangat. Diketahui pula dalam menikmati kopi, para penikmat kopi mengaku bahwa waktu dan tempat bukanlah batasan, para informan juga mengaku bahwa kopi telah menjadi gaya hidup mereka sekaligus bagian dan kebutuhan hidup mereka.</p>
Perbedaan	<p>Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif, melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan membahas mengenai fenomena gaya hidup minum kopinya.</p>	<p>Penelitian ini membahas mengenai tempat-tempat semacam kafe di Yogyakarta dan Jakarta dan apa saja yang menjadi factor timbulnya gaya hidup minum kopi di <i>coffee shop</i> pada kalangan anak muda</p>	<p>Penelitian ini berupa penelitian kualitatif dan membahas mengenai makna gaya hidup minum kopi di <i>coffee shop</i> pada kalangan anak muda penikmat kopi di <i>coffee shop Provokatif</i>.</p>
Persamaan	<p>Ketiga penelitian ini memiliki kesamaan pada topik yang diangkat yaitu fenomena gaya hidup minum kopi di <i>coffee shop</i>.</p>		

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2. Teori

2.2.1. Fenomenologi

Creswell(2013, h.91)mengungkapkan “Studi dengan pendekatan fenomenologi dengan demikian, berupaya menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, yang dalam hal pengemis, termasuk di dalamnya konsep-diri atau pandangan hidup mereka sendiri.”

Carter dan McCarthy (2006, h. 98) menyebutkan bahwa “Tuhan menciptakan bumi dan seisinya.”

Penulis sendiri lebih memfokuskan penelitian ini pada fenomenologi yang diungkapkan Littlejohn dalam Mulyana (2013, h.91) menyatakan bahwa “fenomenologi menjadikan pengalaman hidup yang sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas”. Littlejohn menjelaskan lebih jauh bahwa fenomenologi membiarkan segala sesuatunya menjadi nyata seperti realitas aslinya, tanpa memaksakan kategori-kategori peneliti terhadapnya.

Dari beberapa pendapat para tokoh di atas penulis memilih konsep fenomenologi yang diungkapkan Littlejohn sebagai dasar penganalisisan data, karena penelitian ini berawal dari pertanyaan-pertanyaan penulis, sama dengan fenomenologi yang diungkapkan Littlejohn bahwa fenomenologi tidak boleh memaksakan kategori

penulisnya, namun membiarkan segala sesuatu terjadi sesuai realitas aslinya.

Lebih lanjut Creswell (2013, h.78), menjelaskan mengenai filosofi fenomenologi adalah Diskusi filosofis tentang gagasan dasar yang terlibat dalam melakukan fenomenologi. Hal ini mengubah pengalaman hidup individu dan bagaimana mereka memiliki pengalaman subyektif dari fenomena dan pengalaman objektif dari sesuatu yang sama dengan orang lain. Dengan demikian, ada penolakan terhadap perspektif subjektif-objektif, dan, karena alasan ini, fenomenologi terletak suatu tempat di sebuah kontinum antara penelitian kualitatif dan kuantitatif.

2.2.2. Kopi

2.2.2.1. Sejarah Kopi

Menurut *mlgcoffee.com* penemuan mengungkapkan bahwa biji kopi sebagai minuman yang sangat berkhasiat dan berenergi pertama kali ditemukan oleh orang dari Bangsa Etiopia di benua Afrika sekitar 3000 tahun yang lalu, atau 1000 tahun Sebelum Masehi.

Negara Indonesia sendiri telah mampu memproduksi lebih dari 400 ribu ton kopi per tahunnya dan kemudian di ekspor di berbagai penjuru dunia. Kopi juga berkhasiat dapat menurunkan risiko terkena penyakit

kanker , diabetes , batu empedu , dan berbagai penyakit jantung.

Penemuan kopi sendiri terjadi secara tidak sengaja ketika penggembala bernama Khalid seorang dari Abyssinia, mengamati kawanan kambing gembalaannya yang tetap terjaga bahkan setelah matahari terbenam setelah memakan sejenis buah *berry*. Ia pun mencoba memasak dan memakannya. Kebiasaan ini kemudian terus berkembang dan menyebar ke berbagai negara di Afrika, namun metode penyajiannya masih menggunakan metode konvensional. Barulah beberapa ratus tahun kemudian biji kopi ini dibawa melewati Laut Merah dan tiba di Negara Arab dengan metode penyajian yang jauh lebih maju.

Sejarah Penyebaran Kopi di Indonesia sendiri dimulai pada era Tanam Paksa atau Cultuurstelsel (1830—1870) masa penjajahan Belanda di Indonesia, pemerintah Belanda membuka sebuah perkebunan komersial pada koloninya di Hindia Belanda, khususnya di pulau Jawa, pulau Sumatera dan sebahagian Indonesia Timur. Jenis kopi yang dikembangkan di Indonesia adalah kopi jenis Arabika yang didatangkan langsung dari Yaman. Pada awalnya pemerintah Belanda menanam kopi di daerah sekitar Batavia (Jakarta), Sukabumi, Bogor, Mandailing dan

Sidikalang. Kopi juga ditanam di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatra, Sulawesi, Timor dan Flores.

Pada permulaan abad ke-20 perkebunan kopi di Indonesia mulai terserang hama, yang hampir memusnahkan seluruh tanaman kopi. Akhirnya pemerintah penjajahan Belanda sempat memutuskan untuk mencoba menggantinya dengan jenis Kopi yang lebih kuat terhadap serangan penyakit yaitu kopi Liberika dan Ekselsa. Namun di daerah Timor dan Flores yang pada saat itu berada di bawah pemerintahan bangsa Portugis tidak terserang hama meskipun jenis kopi yang dibudidayakan disana juga kopi Arabica.

Pemerintah Belanda kemudian menanam Kopi Liberika untuk menanggulangi hama tersebut. Varietas ini tidak begitu lama populer dan juga terserang hama. Kopi Liberika masih dapat ditemui di pulau Jawa, walau jarang ditanam sebagai bahan produksi komersial. Biji kopi Liberika sedikit lebih besar dari biji kopi Arabica dan kopi Robusta. sebenarnya, perkebunan kopi ini tidak terserang hama, namun ada revolusi perkebunan dimana buruh perkebunan kopi menebang seluruh perkebunan kopi di Jawa pada khususnya dan di seluruh Indonesia pada umumnya. Tapi saat ini Indonesia menjadi Negara

Penghasil Biji Kopi Terbesar No. 3 di dunia. (“Definisi Kopi Dan Sejarah Penyebaran Kopi di Dunia”, 2014, para. 1-8)

2.2.2.2. Budaya Minum Kopi di Indonesia

Budaya meminum kopi telah begitu kuat mengakar di negara kita, Indonesia. Negara Indonesia memiliki dua provinsi yang dikenal sebagai sentranya kopi yaitu, provinsi Aceh dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kopi Aceh mempunyai rasa dan kekentalan tersendiri menjadi ciri khas dari daerah ini selain itu Aceh adalah penghasil kopi arabika di Indonesia memiliki para pecandu kopi yang luar biasa. Kopi arabika mempunyai rasa yang amat khas jika dibandingkan dengan kopi-kopi yang berasal dari Jawa.

Budaya meminum kopi di Aceh seperti tidak mengenal waktu karena bisa berlangsung dari pagi hingga ketemu pagi lagi disertai dengan menikmati gorengan dan obrolan hangat membuat waktu berlalu begitu cepat. Tidak mengherankan jika warung-warung kopi di Aceh akan selalu senantiasa tampak ramai. Yogyakarta pun memiliki kopi yang sudah begitu akrab di telinga penduduk Jawa yaitu kopi joss. Kopi joss adalah kopi tubruk yang dicampuri dengan arang yang masih menyala. Kombinasi dari kopi tubruk dengan arang adalah panas kopi yang

begitu awet dan menjadikan rasanya sangat nikmat, cocok untuk dinikmati selama berjam-jam. Oleh karena itu mudah bagi kita untuk menemukan warung-warung angkringan yang menyediakan kopi joss. Sembari menikmati secangkir kopi joss, pengunjung bisa mendiskusikan dan berbicara berbagai hal. Budaya meminum kopi joss adalah salah satu ciri khas kota gudeg dalam menjaga hubungan kekerabatan.

Jika kita coba melihat kembali kebelakang bahwa budaya meminum kopi adalah salah satu cara untuk merayakan suatu kejadian penting. Bahkan sejak kecil sudah banyak masyarakat Indonesia yang dikenalkan dengan minuman kopi selain susu. Sampai ada beberapa orang yang merasakan pusing dan tidak enak badan jika mereka tidak bisa meminum setidaknya secangkir kopi dalam sehari. Kopi yang ada di Indonesia sudah lebih dari sekedar minuman penghangat tubuh. Melalui secangkir kopi obrolan-obrolan hangat bisa dimulai, melalui kopi pula kita bisa saling bertukar informasi. Tidaklah mengherankan jika saat ini kopi telah berubah menjadi sebuah fungsi sosial. Tidak ada permusuhan dan persaingan ketika meminumnya, yang ada hanyalah kedamaian, kehangatan, dan keakraban.

Budaya meminum kopi telah ada dari Sabang hingga Merauke dan mereka meminumnya dengan cara mereka masing-masing. Di Aceh meminum kopi adalah suatu hal yang wajib dan telah menjadi kebutuhan. Merupakan hal yang susah untuk bisa lepas ketergantungan dari kopi arabika bagi masyarakat Aceh. Lain Aceh lain pula Yogya, begitupula kopi joss berbeda pula dengan kopi arabika yang ada di Aceh.

Masyarakat biasa menyeruput kopi joss untuk mengumpulkan kembali balung tulang yang hilang atau istilahnya menjaga hubungan kekerabatan. Melalui secangkir kopi joss pula, sudah banyak deal-deal bisnis yang bisa tercapai. Memang seperti inilah budaya tentang meminum kopi yang ada di Indonesia. (“Budaya Meminum Kopi Dalam Masyarakat Kita”, 2014, para.1-5).

2.2.2.3. Gaya Hidup Minum Kopi di Kalangan Anak Muda di Indonesia

Detik.com menuturkan Kaum millennial dikenal dengan karakteristik yang unik sekaligus menantang. Sejumlah riset membuktikan golongan orang yang tahun ini berusia 20 sampai 35 tahun itu juga boros dalam keuangan. Beberapa waktu lalu terungkap millennial banyak mengeluarkan uang untuk makan di luar. Baru-baru ini,

terungkap lagi jika generasi Y lebih banyak menghabiskan gaji mereka untuk kopi daripada tabungan masa depan.

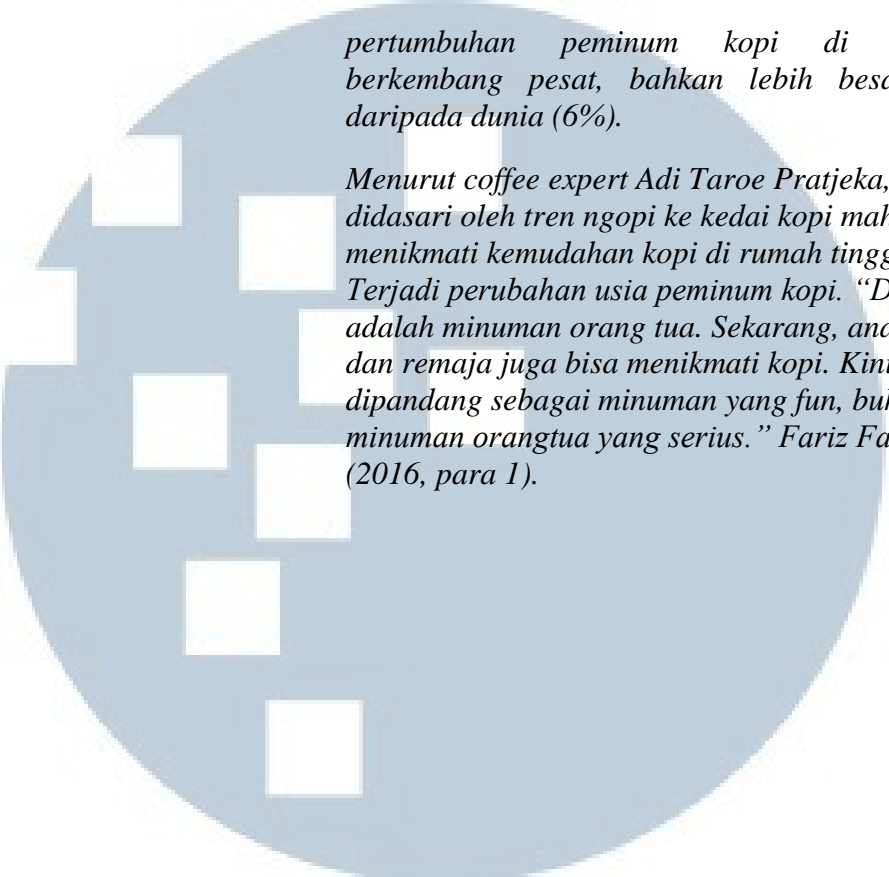
Hal tersebut terungkap dalam studi yang dilakukan SurveyMonkey untuk aplikasi investasi Acorn. Terungkap dari 1.900 millennial yang disurvei, mereka ternyata lebih banyak mengeluarkan uang untuk membeli minuman di gerai kopi daripada menabung, terutama menabung untuk hari tua. Pemborosan ini ternyata lebih sering dilakukan wanita ketimbang pria.

"Secara mengejutkan 44% millennial wanita berusia 18 sampai 35 tahun menghabiskan lebih banyak uang untuk kopi pagi daripada menabung tahun ini. Ditambah lagi, angka ini lebih banyak 10% dari pria yang melakukan hal yang sama dan di saat yang bersamaan." Ami/Hst(2017, para 1).

Kartini.co.id menuturkan:

"Kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban, khususnya di kalangan anak muda. Rasa dan aroma kopi yang khas, menjadikan kopi sebagai minuman yang banyak dipilih untuk segala suasana. Tidak heran, kopi menjadi minuman kedua yang paling banyak dikonsumsi orang Indonesia."

Data dari LPEM UI tahun 2013, menunjukkan konsumsi kopi domestik mencapai 1 kilogram per kapita per tahun. Sementara itu, data dari ICO (International Coffee Organization) menunjukkan,



pertumbuhan peminum kopi di Indonesia berkembang pesat, bahkan lebih besar (>8%) daripada dunia (6%).

Menurut coffee expert Adi Taroe Pratjeka, ini didasari oleh tren ngopi ke kedai kopi mahal dan menikmati kemudahan kopi di rumah tinggal. Terjadi perubahan usia peminum kopi. “Dulu, kopi adalah minuman orang tua. Sekarang, anak muda dan remaja juga bisa menikmati kopi. Kini, kopi dipandang sebagai minuman yang fun, bukan minuman orangtua yang serius.” Fariz Fardianto (2016, para 1).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian



N U S A N T A R A