

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya ngopi pada saat ini telah menjadi gaya hidup bukan hanya di Indonesia namun juga di dunia. Jika dilihat dari sejarahnya, kopi ditemukan di Ethiopia pada pergantian abad ke IX sebagai buah yang bisa memberikan energi dan mampu membuat kita terjaga jika mengkonsumsinya. Sejak saat itu, kopi seolah menjadi salah satu sumber daya alam yang menjadi primadona dan dibudidayakan di setiap negara termasuk Indonesia.

Bahkan, yang paling menarik, dalam artikelnya Ahmad Asma yang berjudul (*Fenomena sosial di Warung Kopi*) mengungkapkan pada tahun 1674 para perempuan di London Inggris harus berkoalisi melakukan aksi protes lantaran para suami mereka, para lelaki lebih suka dan lebih banyak menghabiskan waktunya di café (warung kopi) di rumah. Petisi perempuan menentang kopi pun dikeluarkan. Tidak hanya sampai di situ saja, selanjutnya satu tahun kemudian, pada tahun 1675 Raja Charles II membuat kebijakan untuk menutup seluruh kedai kopi di London. Alasan utamanya adalah kedai kopi menjadi tempat untuk melakukan pemufakatan makar.¹

¹ <https://pontianakopi.wordpress.com/2015/05/18/fenomena-sosial-di-warung-kopi-3/>

Budaya minum kopi itu sejak dulu bukan hanya sekedar minum segelas kopi, tapi istilah ‘ngopi’ bisa dimaknai dengan berdiskusi, bersantai sambil mendengarkan musik atau bahkan hanya sekedar menghabiskan waktu luang, aktivitas ‘ngopi’ tentu saja akan lebih ideal jika dilakukan di warung kopi, terdapat kualitas ruang yang mendukung kita bisa berinteraksi dengan orang lain dan dimaknai sebagai pusat informasi. Dari sudut pandang budaya, warung kopi Sebagian besar berfungsi sebagai pusat interaksi sosial yang menyediakan sebuah tempat untuk berkumpul, berbicara, bertukar pikiran serta mengutarakan pendapat.

Keberadaan warung kopi yang beroperasi hampir 24 jam hingga larut malam pun berkontribusi pada hidupnya sebuah ruang kota seolah menjadi pelita karena aktivitas dalam warung kopi ini seolah tak pernah berhenti walau bukan aktivitas yang besar dan memicu sebuah keramaian serta memiliki andil dalam membentuk citra dari kota iatu sendiri.²

Seiring berjalannya waktu dan kemajuan teknologi, warung kopi kian tumbuh menjamur di sekitaran pusat kota atau di jalan-jalan strategis tentunya dengan kualitas ruang yang agak berbeda dengan warung kopi yang kita kenal dulu.

Warung kopi yang dulu dikenal sebagai tempat interaksi sosial sambil menikmati segelas kopi kini lebih dianggap sebagai tempat hits yang bisa memenuhi

² Lynch, K. (1960). *The Image of The City*. MIT Press. Madnipour, A. (1996). *Design of Urban Space, An Inquiri into a Socio- Spatial Process*. New York: John Wiley & Sons

kebutuhan konsumen seperti ruang yang nyaman atau hanya sebatas konten media sosial tanpa harus menyantap menu yang memiliki kandungan kopi.

Konten media sosial menjadi komoditas yang sangat berpengaruh pada gaya hidup di masa sekarang. Hal itu terjadi karena pengaruh perkembangan teknologi dan jasa keterikatan keseharian terhadap *gadget* menjadi sangat lekat. Pengaruh *gadget* membuat vendor penjual barang dan jasa merubah metode pemasaran mereka yang tadinya menggunakan cara langsung atau tatap muka sekarang menjadi *online* melibatkan *marketplace* tentunya berdampak pada beberapa hal esensial karena interaksi langsung antara penjual dan pembeli, pembeli dan pembeli tentunya tidak terjadi.³

Tingginya pertumbuhan kedai kopi, di era modern ini yaitu tempat nongkrong seperti, *coffeeshop*, hampir bisa kita temui di setiap wilayah di Indonesia karena sekarang sedang maraknya usaha kedai kopi dengan berbagai konsep yang menarik seperti tempatnya yang aesthetic dapat membuat nyaman para pengunjung dan tak lupa sajian kopi yang dimiliki setiap kedai kopi memiliki ciri khas masing-masing dan ditambah selain kopi mereka menyediakan minuman dan makanan yang dapat membuat eksistensi café semakin digemari oleh para pemuda. “Nongkrong” merupakan kegiatan yang dilakukan oleh kaum muda dan dewasa di suatu tempat untuk berkumpul sambil bercengkrama mengisi waktu luangnya. Fenomena nongkrong itu

³ Burhan, Sathi'ul (2017) *Makna Interaksi Sosial di Ruang Publik (Studi pada Pengguna Media Sosial di Warung Kopi Gapuro)*, University of Muhammadiyah Malang

sendiri sudah ada sejak lama yang sampai saat ini terus dilestarikan untuk mengisi waktu luang melepaskan kepenatan dengan cara bercengkrama santai di kedai kopi dan ada juga yang digunakan untuk berdiskusi, rapat organisasi dan yang lainnya.

Warkop lama yang tidak memiliki inovasi, karena warung kopi lama tidak menyediakan tempat yang terkesan mewah dan instagramable yang sekarang diminati dikalangan mahasiswa maka mereka memilih kedai kopi modern dijadikan tempat mereka nongkrong, berdiskusi, dan mengerjakan tugas kuliahnya. dan warung kopi lama tidak menyesuaikan dengan zaman tetap statis tidak dinamis dalam proses pemasarannya agar terus diminati oleh semua kalangan tidak ketinggalan zaman.

Tumbuhnya kedai kopi modern berdampak dengan alternatif pilihan mahasiswa untuk ngopi, penikmat kopi bisa saja minum kopi di rumah tak perlu susah untuk keluar mencari kedai kopi untuk menikmati secangkir kopi akan tetapi mereka tetap memilih di kedai kopi walaupun harus mengeluarkan uang itu karena mencari suasana baru dan merasakan kejenuhan di dalam rumahnya. Kedai kopi saat ini sangat diminati kaum milenial karena punya daya tarik sendiri sebagai tempat nongki, sambil bawa laptop atau smartphone, sehingga para penikmat kopi untuk datang lagi.

Mahasiswa menjadi lebih banyak memilih ngopi di kedai kopi sambil melaksanakan aktivitas lain, karena saat ini kedai kopi dijadikan tempat alternatif kaum milenial untuk menghindari kebosanan suasana didalam rumah, kedai kopi itu sebagai tempat menikmati akhir pekan bersama teman sambil nongkrong, bercengkrama,

berdiskusi, mengerjakan tugas kuliah dan kedai kopi yang paling disukai itu yang memiliki fasilitas *wifi* untuk menghemat kuota data internet, tempat yang instagramable, cocok untuk konten feeds instagram pengunjung, karena di kedai kopi banyak spot yang menarik sebagai tempat paling nyaman untuk menghabiskan waktu.

Oleh karena itu Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya kedai kopi yang ada di Kelurahan Cipadung yang menyebabkan adanya fenomena nongkrong khususnya mahasiswa, dalam hal ini aktivitas nongkrong yang dilakukan pengunjung kedai kopi menjadi trend masa kini yaitu kedai kopi modern.

Saat ini, kedai kopi dijadikan sebagai salah satu tempat bagi pengunjung untuk bukan sekedar menikmati kopi saja itu sendiri tetapi ada maksud dan tujuan dibalik kegiatan nongkrong tersebut sehingga menyebabkan adanya faktor penyebab bagi pengunjung untuk nongkrong di kedai kopi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan faktor penyebab pengunjung nongkrong di kedai kopi modern.

1.2. Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas dalam hal ini, maka permasalahan - permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Ngopi di *Coffeshop* hari ini menjadi sebuah trend baru di kalangan mahasiswa di Kelurahan Cipadung.
2. Terbentuknya budaya konsumerisme di kalangan mahasiswa dikarenakan pola gaya hidup yang berlebihan.

3. Pesatnya pertumbuhan kedai kopi di Kelurahan Cipadung mempengaruhi perubahan gaya hidup para mahasiswa sehingga sangat berdampak pada status sosialnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor apa yang menyebabkan berubahnya budaya ngopi di kalangan mahasiswa di Kelurahan Cipadung?
2. Bagaimana *coffeeshop* bisa mempengaruhi gaya hidup mahasiswa di Kelurahan Cipadung?
3. Bagaimana budaya ngopi di kalangan mahasiswa saat ini dapat berdampak pada status sosial?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor berubahnya budaya ngopi di kalangan mahasiswa di kelurahan Cipadung.
2. Untuk mengetahui *coffeshop* bisa mempengaruhi gaya hidup mahasiswa di kelurahan Cipadung.
3. Untuk mengetahui budaya ngopi di kalangan mahasiswa saat ini dapat berdampak dalam segi status sosial.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka ada beberapa hal yang dipandang sebagai manfaat baik secara teoritis maupun praktis, dengan mengangkat penelitian ini diantaranya adalah:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan serta dalam penerapan ilmu metode penelitian khususnya mengenai gambaran pengetahuan perubahan budaya ngopi yang terjadi di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini sebagai sumbangan perkembangan ilmu sosial terutama Sosiologi, menambah wawasan keilmuan akademisi tentang masalah sosial yang ada dalam masyarakat. Sebagai sumbangsih pemikiran serta perbanding bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang wacana ilmiah dengan tujuan memberikan pemahaman – pemahaman kepada masyarakat bahwa perubahan budaya ngopi dikalangan mahasiswa itu akan berdampak positif dan negatif dan masyarakat bisa memahami apa saja perubahan sosial yang terjadi di lingkungan sekitarnya.

1.6 Kerangka Pemikiran

Pertumbuhan dan perkembangan industri kopi pada saat ini bisa dikatakan sedang mencapai masa puncaknya. Hal ini bukan tanpa alasan, sebab industri kopi kini

menarik banyak perhatian masyarakat dari kalangan tua hingga muda. Perhatian masyarakat terhadap industri kopi sudah dimulai dari proses produksi biji kopi mentah hingga kopi siap konsumsi. Kemudian ditambah pula dengan perkembangan yang signifikan pada tempat-tempat ngopi yang ada di masyarakat. Hal itu pula yang membuat memungkinkan terjadi perubahan lokasi ngopi masyarakat termasuk mahasiswa yang sebelumnya di warung kopi lama menjadi di kedai-kedai kopi yang terbilang mewah.

Pada beberapa kalangan masyarakat, aktivitas ngopi sudah bisa dikatakan sebagai budaya. Sebab dalam praktiknya ngopi di warung kopi lama atau kedai-kedai kopi seperti saat ini merupakan aktivitas yang cenderung sering dilakukan oleh banyak masyarakat untuk sekedar menghilangkan kepenatan ataupun bercengkerama dengan orang-orang terdekat. Saat ini dengan adanya fenomena menjamurnya kedai-kedai kopi yang lebih mewah dan mahal, tentu akan diikuti oleh perubahan budaya ngopi yang ada sebelumnya pada mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi muda tentu lebih mempertimbangkan status atau pengakuan yang ada di lingkungan masyarakatnya, sehingga meninggalkan ngopi di warung kopi lama untuk memilih ngopi di kedai kopi dengan beberapa fasilitas yang menarik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori tindakan sosial dan teori konsumerisme untuk memungkinkan menemukan jawaban atas fokus masalah penelitian yakni penyebab perubahan budaya ngopi di kalangan mahasiswa. Perubahan budaya ngopi dalam kalangan masyarakat sebenarnya merupakan suatu hal yang pasti

terjadi seiring dengan perkembangan dan kemajuan inovasi yang ada. Dalam konsep perubahan sosial, perubahan budaya ngopi ini ialah bagian yang tidak terpisahkan dari perubahan pada suatu sistem yang ada. Misalnya, dalam kasus ini perkembangan industri kopi lah yang menjadi bagian faktor perubahan budaya ngopi yang ada.

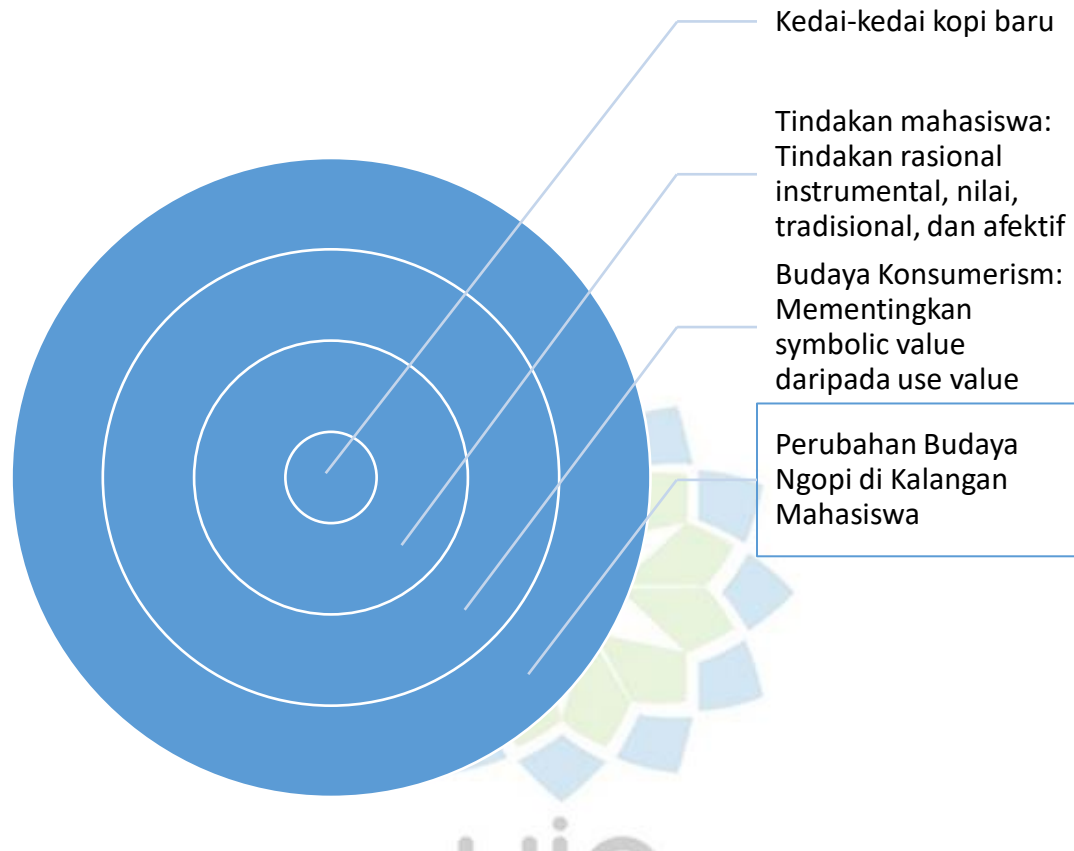
Sementara, tindakan mahasiswa memilih untuk berpindah tempat ngopi tentu bisa ditemukan jawabannya dengan menggunakan teori tindakan sosial dan teori konsumerism. Tindakan sosial itu sendiri dapat dipahami sebagai tindakan individu sepanjang tindakannya tersebut mempunyai makna atau arti subyektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan bagi orang lain.⁴ Artinya, tindakan para mahasiswa memilih tempat ngopi yang baru bisa dikatakan mempunyai makna dan arti subyektif bagi dirinya.

Tindakan sosial dari Max Weber terbagi menjadi beberapa tindakan, yakni (1) tindakan rasional instrumental, (2) tindakan rasional nilai, (3) tindakan tradisional, dan (4) tindakan afektif. Mahasiswa dengan statusnya sebagai pelajar tentunya akan menimbang sebelum melakukan tindakan, dimana tindakan yang dilakukan harus bisa mengakomodir statusnya sebagai mahasiswa, yang cenderung biasa hidup hemat. Termasuk tindakannya dalam memilih untuk ngopi di kedai-kedai kopi yang mewah bisa dikategorikan ke dalam empat tipe tindakan sosial yang mana pada penelitian ini.

⁴ George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda* Terj. Raja Grafindo Persada (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 38.

Pada sisi lain, teori konsumerism yang dicetuskan oleh Jean Baudrillard lebih menitikberatkan pada situasi masyarakat kontemporer saat ini yang dibentuk oleh kenyataan bahwa manusia sekarang dikelilingi oleh faktor konsumsi, sehingga menyeret masyarakat dalam budaya konsumerisme. Masyarakat menjadi tidak mudah puas karena menurut kepuasannya dibanding pada kebutuhannya. Hal demikian disebut dengan masyarakat konsumsi yang akan "membeli" simbol-simbol dan makna yang melekat pada suatu *brand* atau barang tertentu, sehingga objek-objek konsumsi banyak yang terkikis nilai guna dan nilai tukarnya.

Lebih lanjut menurut teori Baudrillard, kini logika konsumsi masyarakat bukan lagi berdasarkan *use value* atau *exchange value* melainkan hadir nilai baru yang disebut "*symbolic value*". Penjelasan dari teori ini, bisa melihat bahwa penyebab mahasiswa berpindah tempat ngopi dikarenakan ada sesuatu pengaruh budaya kontemporer dari proses kapitalis global yang ada serta adanya perubahan status masyarakat menjadi masyarakat konsumsi. Penyebab lain bisa dikarenakan masyarakat ataupun mahasiswa lebih melihat nilai simbol yang ada apabila ngopi di kedai kopi. Simbol-simbol tersebut dibutuhkan agar mahasiswa mendapat pengakuan dari publik terhadap dirinya. Oleh karena itu, kerangka berpikir penelitian bisa dibuat seperti di bawah ini:



Gambar 1. 1 Skema Kerangka Berpikir