

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bogor dikatakan sebagai kota perdagangan dan jasa yang ditunjukkan oleh besarnya komposisi sektor tersier terhadap nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).¹ Struktur perekonomian Kota Bogor merupakan struktur yang didominasi oleh Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran, Sektor Industri Pengolahan (Sub Sektor Industri non-Migas) dan Sektor Angkutan dan Komunikasi atau dengan perkataan lain, sektor Tersier merupakan sektor yang paling besar kontribusinya disusul Sektor Sekunder dan Sektor Primer.²

Beberapa tahun terakhir ini, Kota Bogor menunjukkan perkembangan yang cukup pesat terutama dari perekonomian masyarakatnya terutama dari sektor pariwisata. Hal tersebut berdampak kepada perubahan gaya hidup dari masyarakatnya terutama di kalangan remaja. Sebelum tahun 2015 remaja Kota Bogor memilih Kebun Raya Bogor, Museum, Taman dan Mall sebagai tempat berkumpul. Akhir-akhir ini tempat-tempat tersebut bukan lagi menjadi sebuah

¹ Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Bogor, Tahun 2010-2014. Hlm 11-9

² *Ibid.* 11-10

destinasi berkumpul bagi kalangan remaja. Munculnya kedai-kedai kopi menjadi pilihan baru bagi remaja Kota Bogor.

Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tradisi minum kopi terutama di pagi hari adalah menjadi kebiasaan masyarakat pada setiap harinya. Namun, saat ini tidak hanya di pagi hari saja, di sela-sela aktivitas dan jadwal yang padat masyarakat lebih memilih untuk berkumpul dan minum kopi, misalnya pada jam istirahat siang untuk menjadi teman menghabiskan waktunya. Tradisi minum kopi tidak hanya sekedar untuk melepas dahaga, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti reuni, kencan, mengerjakan tugas, dan lain-lain. Hal inilah yang membuat tren minum kopi terus meningkat tajam dan secara tidak disadari, tradisi minum kopi ini telah menjadi bagian dari tren gaya hidup.

Melihat kejadian yang ada di kedai kopi kini muncul menjadi sebuah simbolik yang melekat bagi para penikmatnya, tidak hanya dari tingkat kenikmatan semata, gaya hidup dan gaya yang khas, tetapi kini fungsinya semakin mendapatkan hati di masyarakat khususnya remaja Bogor, selain terjangkau harganya, nilai yang nyata di kedai kopi juga menjadi hiburan yang melekat dari kehidupan masyarakat. Dari suatu pengamatan langsung, kedai kopi banyak memberikan layanan sebagai pusat-pusat interaksi sosial, kedai kopi dapat memberikan kesempatan kepada remaja Bogor untuk berkumpul, berbincang - bincang, bermain, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu maupun dalam kelompok kecil.

Budaya minum kopi awalnya itu minuman kopinya berwarna hitam pekat, rasanya pahit dan panas. Selain itu, karena tempatnya berupa sebuah warung yang suasana tempatnya juga panas dan penuh dengan orang-orang maka orang yang minum kopi merasakan panasnya. Penikmat kopi dulunya itu orang-orang tua yang bisa membuat mereka merasakan dan menikmati panasnya setelah minum kopi. Karena kopi minuman kuno dan mempesona di masa lalu, yang tidak kehilangan pesona bahkan sekarang dapat menemukannya di mana – mana.

Konsep gaya hidup itu sendiri merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut modernitas.³ Maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan dan membedakan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, gaya hidup membantu memahami apa yang orang lakukan, mereka mengapa melakukannya, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain, gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu..

Bagi sebagian pecinta kopi, menikmati secangkir kopi mungkin hal yang biasa dilakukan di waktu senggang dan bisa dilakukan dimana saja. Namun bagi kalangan tertentu menikmati kopi bukan hanya bagaimana merasakan sensasi manis dan pahit, tetapi aktifitas itulah yang akan berdampak

³ David Chaney, *Lifestyle, sebuah Pengantar Komprehensif*. Jalasutra; Yogyakarta. 1996. Hlm 40

lebih luas. Misalnya para eksekutif muda akan menikmati secangkir kopi dengan menjalankan aktifitas dengan relasi bisnisnya atau melanjutkan pekerjaannya. Begitu juga dengan remaja, menikmati secangkir kopi hanya bermakna jika dilakukan di kedai kopi yang diselingi dengan diskusi kecil.

Saat ini remaja Kota Bogor lebih memilih untuk mengunjungi kedai kopi di bandingkan pergi ke Mall. Kedai kopi dianggap lebih memiliki suasana yang lebih nyaman dan dekorasi interior yang lebih bagus sehingga menarik minat pengunjung yang notabene berasal dari kalangan remaja yang mempunyai kebiasaan berkumpul dan menghabiskan waktu bersama teman sebayanya. Beberapa tahun yang lalu sebelum berkembangnya kedai-kedai kopi, para remaja di Kota Bogor banyak menghabiskan waktu luang bersama kerabatnya untuk mengobrol dengan berjalan-jalan di pusat perbelanjaan seperti *Mall*. Namun setelah munculnya berbagai macam kedai kopi yang sekarang ini menjadi *trend* di Bogor, tempat persinggahan para remaja Bogor untuk menghabiskan waktu bersama kerabatnya mulai beralih ke kedai kopi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kelvianto Suisa dan Veronica Febrilia di Plaza Tanjung Surabaya dalam penelitian tersebut terlihat bahwa gaya hidup minum kopi dapat dilihat dari empat variabel, antara lain gaya hidup dan citra, gaya hidup dan tren, gaya hidup dan *human interest*, dan gaya hidup dan krisis.⁴

⁴ Lihat Siti Murdaningsih, 2008, "*Gaya Hidup Konsumtif dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna Handphone*", Di SMA Negeri 1 Sambi Boyolali: Skripsi Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret. Hlm 62-64.eprints.uns.ac.id/8658/1/92390408200903381.pdf. 25 Desember 2016.

Gaya hidup dan citra ini memiliki dua indikator, yaitu *frame of reference* dan *prestise*. *Frame of reference* ini menjelaskan dengan kelas sosial individu dan atau dengan individu lain. *Prestise* menjelaskan tentang gengsi individu dan status sosial. Gaya hidup dan tren memiliki empat indikator, yaitu *networking*, bersosialisasi, bersantai, dan *internet*. Gaya hidup dan *human interest* memiliki dua indikator, yaitu menghilangkan stres dan krisis identitas diri. Dimana menghilangkan stress ini dengan mencari ketenangan, sedangkan krisis identitas diri ini dimaksudkan dapat menambah rasa percaya diri dan untuk mengekspresikan diri.⁵

Gaya hidup dan krisis memiliki satu indikator, yaitu bisnis. Bisnis ini terkait dengan individu dalam bertemu rekan bisnis dan menyelesaikan pekerjaan. Penelitian lain mengenai *coffe shop* sebagai gaya hidup baru kaum muda dilakukan oleh Elly Herlyana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,⁶ penelitian tersebut salah satu kebutuhan remaja adalah sosialisasi diri dalam pergaulan sebayanya. Maka tidak jarang rumah makan dan *coffeshop* menjadi tempat-tempat yang dituju untuk memenuhi kebutuhan ini, kehidupan di kota-kota besar dengan limpahan sarana informasi dan hiburan menuntut setiap orang lebih selektif dan memiliki filter yang baik dalam menerima segala hal yang datang dari luar.

⁵ *Ibid.*

⁶ Lihat Elly Herlyana, 2012. “*Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*”, dalam *Jurnal jurusan Sejarah dan Kebudayaan Islam*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia. Hlm 188-89. ejournal.uin,suka.ac.id/adab/thaqafiyat/article/download/43/42. 30 Desember 2016

Dengan demikian terlihat bahwa kedai kopi bukan hanya tempat berjual beli semata, namun juga mempunyai fungsi lain bagi masyarakat yang bersangkutan. Alasan-alasan itu lah menjadi daya tarik kedai kopi yang begitu mempesona bagi penikmatnya. Dari siang hingga malam kedai kopi membuat cerita yang tidak pernah habis untuk di perbincangkan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis ingin melakukan penelitian bagaimana pola budaya ngopi di kalangan remaja dan terbentuknya budaya ngopi karena remaja sekarang budaya ngopi hanyalah di jadikan gaya hidup atau *prestisse*.

1.2. Permasalahan Penelitian

Sebuah fenomena yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu “ngopi-ngopi” ternyata dapat dikatakan menjadi sebuah gaya hidup, tidak terkecuali bagi para remaja. Para remaja seringkali terlihat duduk di salah satu sudut cafe-cafe kedai kopi yang ada di Kota Bogor. Sebelum kedai kopi berkembang di Kota Bogor, para remaja di daerah tersebut banyak menghabiskan waktu mereka dengan jalan-jalan di *Mall* dan berkumpul di salah satu tempat makan yang berada di dalam *Mall* tersebut. Tak jarang, mereka berkumpul secara berkelompok. Belakangan ini remaja meluangkan waktunya lebih banyak terlihat di kedai-kedai kopi berkumpul bersama teman sebayanya. Permasalahan yang kemudian ingin diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola budaya ngopi di kalangan remaja Kota Bogor?
2. Bagaimana budaya ngopi terbentuk sebagai gaya hidup remaja?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, Penelitian ini bertujuan untuk meneliti:

1. Untuk mendeskripsikan pola budaya ngopi dikalangan remaja kota Bogor
2. Untuk mendeskripsikan terbentuknya budaya ngopi sebagai gaya hidup remaja Bogor

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat diklasifikasikan dalam dua kategori, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaat dari penelitian yang berjudul “Gaya Hidup Budaya Ngopi di Kalangan Remaja Kota Bogor” adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Sebagai bentuk penelitian, besar harapan penulis agar nantinya hasil dari penelitian dapat memberikan sumbangan nyata yang berarti bagi khalayak umum dan khususnya bagi masyarakat kota Bogor. Secara akademis penelitian ini diharapkan :

- Studi ini berupaya memberikan penjelasan kepada pembaca mengenai proses terbentuknya budaya “ngopi” dan pola budaya ngopi sebagai gaya hidup di kalangan remaja dalam kajian sosiologi kebudayaan

- Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam keilmuan sosiologi terutama sosiologi kebudayaan sebagai budaya populer untuk mengenai pola budaya “ngopi” menjadi *tren* dalam kehidupan sehari-hari remaja Bogor serta telah menjadi gaya hidup mereka.

Bagi penulis untuk mendapatkan pengetahuan lebih mengenai teori yang dipelajari serta fakta yang terjadi di lapangan, serta menerapkan ilmu yang sudah diperoleh dalam realita kehidupan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini untuk masyarakat luas adalah dapat memberikan pandangan yang lebih luas terkait segala bentuk macam gaya hidup dan motif sosial terhadap remaja. .

1.5. Tinjauan Penelitian Sejenis

Telaah pustaka sangat berguna bagi penulis dalam membantu mencari ide-ide serta referensi terkait ngopi-ngopi sebagai tren gaya hidup. Beberapa tinjauan studi sejenis yang digunakan untuk mendukung penelitian skripsi ini penulis melakukan studi terdahulu terhadap empat penelitian sejenis, yaitu:

Penelitian sejenis yang pertama adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Kelvianto Suisa dan Veronica Febrilia. Penulis melakukan penelitian yang mengenai “Gaya Hidup Minum Kopi Konsumen Di *The Coffee Bean & Tea*

*Leaf Plasa Tunjungan Surabaya*⁷. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup minum kopi konsumen di *The Coffee Bean & Tea Leaf* Plasa Tunjungan Surabaya.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif terhadap 100 responden sebagai sampel. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup minum kopi konsumen di *The Coffee Bean & Tea Leaf* Plasa Tunjungan Surabaya didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki, berusia 21-30 tahun, mempunyai pendidikan terakhir diploma/S1, berprofesi sebagai wiraswasta, responden dengan rata-rata berkunjung dalam sebulan adalah 2 kali, melakukan pengeluaran rata-rata Rp 2.500.000,- hingga Rp 3.999.999,- dalam sebulan, dan responden berkunjung di *The Coffee Bean & Tea Leaf* Plasa Tunjungan III dengan teman dan terdapat kecenderungan didominasi oleh gaya hidup dan tren, gaya hidup dan citra, gaya hidup dan krisis, dan gaya hidup dan *human interest*.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa karakteristik responden *The Coffee bean & Tea Leaf* di Plasa Tunjungan III didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki, berusia 21-30 tahun, mempunyai pendidikan terakhir diploma/S1, berprofesi sebagai wiraswasta, responden dengan rata-rata berkunjung dalam sebulan adalah 2 (dua) kali, melakukan pengeluaran rata-rata Rp 2.500.000,- hingga Rp 3.999.999,- dalam sebulan, dan

⁷ Lihat Kelvianto Suisa, Veronica Febrilia, 2014, *Gaya Hidup Minum Kopi Konsumen Di The Coffee Bean & Tea Leaf Plasa Tunjungan Surabaya*, Jurnal Jurusan Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.

responden berkunjung di *The Coffee Bean & Tea Leaf* Plasa Tunjungan III dengan teman dan ada kecenderungan bahwa gaya hidup minum kopi konsumen *The Coffee Bean & Tea Leaf* di Plasa Tunjungan III lebih didominasi oleh responden yang minum kopi di *The Coffee Bean & Tea Leaf* untuk bersosialisasi, bersantai, mencari fasilitas *internet/wi-fi*, bertemu dengan komunitas, konsumen yang memiliki *frame of reference* dan memiliki gengsi (*prestise*).

Penelitian yang dilakukan oleh Kelvianto Suisa dan Veronica Febrilia. memiliki kesamaan fokus penelitian dengan penulis, dimana kedua penulis berusaha mencari perubahan *tren* gaya hidup ngopi-ngopi. Dalam studi kasus yang diangkat, Kelvianto Suisa dan Veronica Febrilia melihat gaya hidup minum kopi konsumen di *The Coffee bean & Tea Leaf* Plasa Tunjungan III dapat dilihat dari empat variabel, antara lain gaya hidup dan citra, gaya hidup dan tren, gaya hidup dan *human interest*, dan gaya hidup dan krisis. Hal inilah yang kemudian membedakan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Kelvianto Suisa dan Veronica Febrilia. Jika Kelvianto Suisa dan Veronica Febrilia mengupas tentang empat variabel gaya hidup, penulis memiliki fokus penelitian pada, perubahan tren gaya hidup kalangan remaja di Kota Bogor.

Yang *kedua* adalah penelitian dari Elly Herlyana yang berjudul “Fenomena *Coffee Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda”⁸. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, dengan membagikan angket yang diadakan pada usia 16 hingga 22 tahun senang ke mal dan mongkrong di kafe. Ketika di kafe, kopi adalah hal utama yang mereka cari. Penelitian ini ingin melihat bagaimana mengetahui gejala-gejala umum fenomena *coffee shop* sebagai gaya hidup hedonis kaum muda. Elly Herlyana menambahkan bahwa Gaya hidup sebagian remaja cenderung berorientasi pada nilai kebendaan dan prestise. Segala sesuatu yang menimbulkan kesan modern dan membawa prestise cenderung diminati oleh remaja.

Elly Herlyana memaparkan kajian penting untuk mengupas sisi lain dari kehidupan kaum muda merupakan hal yang menarik. Yaitu kehidupan di kota-kota besar dengan limpahan sarana informasi dan hiburan menuntut setiap orang lebih selektif dan memiliki filter yang baik dalam menerima segala hal yang datang dari luar, salah satu kebutuhan remaja adalah sosialisasi diri dalam pergaulan sebayanya. Maka tidak jarang rumah makan dan kafe menjadi tempat-tempat yang dituju untuk memenuhi kebutuhan ini. Seiring dengan pertumbuhan jumlah manusia, terutama kaum muda, pertumbuhan kebutuhan hidup pun meningkat. Hal ini juga yang menyebabkan tumbuhnya berbagai macam industri baru, termasuk di dalamnya industri-industri bisnis yang

⁸ Lihat Elly Herlyana, 2012. Fenomena *Coffee Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda, Jurnal jurusan Sejarah dan Kebudayaan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia. Hal

muncul dari kreativitas dan inovasi pemiliknya, dan yang terakhir di Jakarta, ngopi di pusat-pusat perbelanjaan dan perkantoran kini sudah menjadi tren dan gaya hidup metropolitan. Lihat saja, misalnya, gerai-gerai minum kopi seperti *Starbucks, Coffee Club, Java Bay dan Segafredo Espresso* yang kerap dibanjiri pengunjung. Orang rela antri untuk mendapatkan secangkir kopi yang harganya sekitar Rp. 25.000, empat sampai lima kali lipat dibandingkan dengan harga secangkir kopi di warung-warung kopi pinggir jalan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa berbicara mengenai gaya hidup, tidak terlepas dari *psychographic*. Psychographic adalah alat yang terlibat di dalamnya faktor-faktor psikologi, sosiologi, dan antropologi untuk menentukan bagaimana sebuah pasar dikhususkan berdasarkan kecenderungan kelompok dalam suatu pasar serta alasan mereka untuk membuat keputusan khusus tentang produk, orang, ideologi atau hal lain yang berpengaruh di dalam sikap. Sepanjang tidak menjurus kepada hedonisme, gejala itu dapat dinilai sebagai suatu gejala dan respon yang normal dari para remaja terhadap keadaan dan tuntutan hasrat dirinya. Akhlak Islam amat penting dalam menjaga remaja agar terhindar dari segala perilaku dan kecenderungan kepada “hedonism” yang merugikan.

Yang **ketiga** adalah skripsi dari Siti Murdaningsih yang berjudul “Gaya Hidup Konsumtif Dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna Handphone Di SMA Negeri 1 Sambu Boyolali”⁹. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri yang ditampilkan melalui *handphone* yang digunakan, serta bagaimana kaitan antara suatu gaya hidup konsumtif dengan pencitraan diri pelajar dalam menggunakan *handphone*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengambilan sampel Purposive Sampling didukung dengan strategi Maximum Variaton. Untuk mendapatkan variasi maximum ditentukan informan dari kelas 1 sampai kelas 3. Dimana dari keseluruhan kelas 1 diambil empat orang informan yang terdiri dari 2 lakilaki dan 2 perempuan, serta yang memiliki *handphone* model baru dan model lama. Skripsi ini membahas gambaran gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri yang ditampilkan para pelajar SMA melalui *Handphone* serta bagaimana kaitan antara suatu gaya hidup konsumtif dengan pencitraan diri pelajar dalam menggunakan *handphone*, *handphone* ibarat nyawa yang senantiasa dibawa, dari awalnya tenang tidak memiliki *handphone* menjadi tidak tenang tanpa *handphone*. Sehingga menimbulkan gaya hidup konsumtif, baik konsumtif waktu, uang maupun *handphone* itu sendiri. Betapa tidak, mereka lebih suka memainkan *handphone* pada saat jam pelajaran waktu belajar dirumah hingga akan tidur malam, dalam hal ini

⁹ Siti Murdaningsih, 2008, *Gaya Hidup Konsumtif Dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna Handphone, Di SMA Negeri 1 Sambu Boyolali*: Skripsi Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret. Hlm.

penggunaan pulsapun sangat boros mengingat uang saku yang pas-pasan. Adapun kaitan antara gaya hidup baru konsumtif dan pencitraan diri terdapat pada penggunaan waktu, uang dan barang dengan model dan gaya hidup baru

Hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa handphone selain sebagai alat komunikasi tetapi juga untuk meningkatkan prestise seseorang, yang pada awalnya seseorang belum merasa membutuhkan teknologi ini tetapi pada akhirnya akan merasa membutuhkannya agar tidak dianggap ketinggalan jaman, kuper dan dapat dilihat sebagai orang mampu atau kaya.

Yang **keempat** adalah skripsi dari Rifa Dwi Styaning Anugrahati yang berjudul “Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”¹⁰. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup shopaholic mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, faktor penyebab dan dampak yang ditimbulkan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dijabarkan secara deskriptif dengan sumber data yang terdiri dari mahasiswa UNY yang bergaya hidup shopaholic. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pemilihan subyek yang digunakan adalah purposive sampling serta teknik snowball.m Skripsi ini membahas bahwa shopaholic diartikan sebagai sebuah kecenderungan untuk

¹⁰ Rifa Dwi Styaning Anugrahati, 2014, *Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*: Skripsi Jurusan Pendidikan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Yogyakarta. Hlm

berbelanja secara kompulsif dengan frekuensi yang cukup tinggi. Mahasiswa UNY yang bergaya hidup shopaholic menghabiskan banyak waktu untuk belanja sebagai penghilang rasa jenuh, sebagai kepuasan tersendiri dan lebih banyak bergaul dengan orang-orang yang memiliki hobi yang sama dalam banyak hal.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan Belanja menjadi sebuah gambaran perilaku konsumtif yang sulit untuk diubah. Faktor-faktor yang menyebabkan gaya hidup shopaholic pada mahasiswa UN Y antara lain yaitu: (1) gaya hidup mewah, (2) pengaruh dari keluarga, (3) iklan, (4) mengikuti trend, (5) banyaknya pusat-pusat perbelanjaan, (6) pengaruh lingkungan pergaulan.

Yang **Kelima** adalah jurnal dari Aida Hanifa yang berjudul “Di Bawah Secangkir Kopi: Starbucks sebagai Arena Konsumsi Simbolik Kelas Menengah Metropolitan”¹¹ penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai salah satu tindakan konsumsi yaitu meminum kopi di kedai.

Aida Hanifa memaparkan penelitiannya mengambil setting perkotaan, dimana tingkat konsumsi warganya cukup tinggi, dimana aktivitas “mengopi” atau menikmati kopi sambil mengobrol” namun aktivitas mengopi yang akan disorot dalam tulisan ini adalah aktivitas mengopi dikalangan menengah ke atas. Istilah “kalangan menengah ke atas yang banyak dipakai kaum urban di

¹¹ Aida Hanifa. 2005. *Di Bawah Secangkir Kopi: Starbucks sebagai Arena Konsumsi Simbolik Kelas Menengah Metropolitan*”, Jurnal Scripta Societa jurusan Sosiologi Pembangunan. Universitas Negeri Jakarta. Indonesia.

kota-kota besar yang bekerja di sektor formal dan terbiasa dengan gaya hidup hedonis.

Tulisan ini akan menelaah lebih lanjut mengenai strategi starbucks coffe sehingga mampu menggaet pangsa pasar dan mengalihkan kesetiaan para penikmat kopi dan kafe-kafe lain yang yang telah lebih dulu muncul. Aida memaparkan beberapa point dalam tulisan ini. *Pertama* bahwa starbucks coffe merupakan arena konsumsi simbolik, *Kedua* aktivitas mengopi sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat dikalangan menengah ke atas yang tinggal di perkotaan, *Ketiga* motif sosial yang melatarbelakangi seseorang untuk mengopi di kafe.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa dengan kemunculan kafe-kafe ini kegiatan mengopi bukan lagi sekedar menikmati secangkir kopi. Ada konstruksi sosial yang terbentuk dibelakangnya. *Pertama*, kecenderungan seseorang untuk bergaul dengan kelompok sosialnya. *Kedua*, perasaan ingin diakui sebagai bagian dari kelompok tertentu. Pola konsumsi kaum urban yang mementingkan *brand image* ini merupakan gambaran mengenai gaya hidup kaum urban di kota-kota besar. Mereka tercemin dari apa yang mereka gunakan atau mereka konsumsi, yaitu gaya hidup yang mobile, mewah, dan nyaman ini kemudian disebut sebagai konsumsi simbolik; barang-barang yang mereka konsumsi menyimbolkan “siapa diri saya” dan “apa status sosial saya”

Tabel 1.1
Perbandingan Penelitian Tinjauan Sejenis

No	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
1.	Gaya Hidup Minum Kopi Konsumen di <i>The Coffe Bean & Tea Leaf</i> Plasa Tanjungan Surabaya	Jurnal Nasional	Kualitatif	Memilik Fokus Penelitian dalam kegiatan “ngopi” yang di maknai sebagai sebuah gaya hidup	Penelitian ini melihat permasalahan dari sudut pandang ekonomi sedangkan peneliti melihat permasalahan dari sudut pandang sosiologi
2.	Fenomena <i>Coffe shop</i> sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda	Jurnal Nasional	Kualitatif	Berpayung besar untuk membahas kajian gaya hidup remaja	Penelitian ini melihat fenomena <i>coffe shop</i> sebagai munculnya gaya hidup baru dari kacamata kebudayaan Islam, sedangkan peneliti memfokuskan penelitian pada budaya “ngopi”

No	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
3.	Gaya Hidup Konsumtif dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna <i>Handphone</i> di SMA 1 Sambu Boyolali	Skripsi	Kualitatif	Memiliki fokus penelitian mengenai gaya hidup baru dari kaca mata sosiologi	Penelitian ini membahas gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri pelajar pengguna handphone di SMA Boyolali, sedangkan peneliti memfokuskan penelitian pada budaya “ngopi” sebagai gaya hidup remaja Bogor
4.	Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Yogyakarta	Skripsi	Kualitatif	Penelitian ini sama-sama membahas mengenai gaya hidup dan perilaku konsumtif	Penelitian ini membahas gaya hidup fashion sebagai perilaku konsumtif sedangkan peneliti memfokuskan gaya hidup “ngopi” yang berubah haluan
5.	Di Bawah Secangkir Kopi Starbucks sebagai Arena Konsumsi Simbolik Kelas	Jurnal Nasional	Kualitatif	Memiliki fokus penelitian yang sama mengenai gaya hidup	Aida berfokus pada konsumsi simbolik dari kopi modern sedangkan

No	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
	Menengah Metropolitan			dan konsumsi simbolik pada aktivitas minum kopi	peneliti berfokus kepada motif sosial dan gaya hidup “ngopi” kopi tradisional.
6..	Budaya “ngopi” Sebagai Gaya Hidup di Kalangan Remaja Kota Bogor (Studi Kasus; <i>Coffe Scription</i> Kota Bogor)	Skripsi	Kualitatif		Menguraikan pola budaya “ngopi” di kalangan remaja, juga dibahas bagaimana budaya “ngopi” terbentuk sebagai gaya hidup remaja

Sumber: Diolah dari Penelitian Sejenis, 2017

1.6. Kerangka Konseptual

1.6.1. Kajian Tentang Remaja

Guna mencapai tujuan yang diinginkan, maka penelitian ini menggunakan beberapa konsep ataupun teori untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mempermudah proses analisis data yang dilakukan. Adapun teori-teori yang dibahas dalam bab ini diantaranya adalah Konsep Konsumsi Simbolik Jean Baudillard, gaya hidup (*Life Style*), konsep Remaja dan Konsep Motif Sosial.

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescere*, yang berarti kata bendanya *adolescencia* yaitu remaja yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa.” Dalam perkembangan kepribadian seseorang maka

masa remaja merupakan masa transisi. Sebab di masa ini seseorang beralih dari masa anak-anak ke masa dewasa. yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa, namun begitu masa remaja mempunyai tempat yang tidak jelas dalam rangkaian proses perkembangan seseorang. Secara jelas masa anak dapat dibedakan dari masa dewasa dan orang tua, seseorang anak masih belum selesai perkembangannya, anak masih harus banyak belajar untuk dapat memperoleh tempat dalam masyarakat sebagai warga negara yang bertanggung jawab dan bahagia, anak-anak belajar hal-hal ini melalui sosialisasi dan adaptasi aktif.¹² Pada saat ini hampir setiap anak-anak pergi ke sekolah untuk memperoleh pengertian dasar yang dibutuhkan dalam kehidupan yang semakin maju.

Remaja sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas, ia tidak termasuk golongan anak-anak tetapi ia tidak pula termasuk golongan orang dewasa atau golongan tua. Remaja ada di antara anak-anak dan orang dewasa, remaja masih belum mampu untuk menguasai fungsi-fungsi fisik maupun psikisnya, ditinjau dari segi tersebut mereka masih termasuk kanak-kanak, mereka harus menemukan tempat dalam masyarakat. Pada umumnya mereka masih belajar di Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas ataupun sampai awal masuk Perguruan Tinggi saja.¹³ Menurut Hurlock perkembangan yang terjadi pada remaja meliputi adanya masa remaja sebagai periode

¹² Drs. H. Abu Ahmadi, dkk. Psikologi Sosial. PT RINEKA CIPTA, Jakarta. Juli 2002. Hlm 195-196

¹³ Prof. Dr. F.J. Monks, Prof.Dr. A.M.P. Knoers. Psikologi perkembangan; pengantar dalam berbagai bagiannya. (yogyakarta: gadjah mada university press) Oktober 2006. Hlm 258 - 259

peralihan dan Masa remaja sebagai masa mencari identitas pada masing-masing individu.

Menurut Hurlock ciri-ciri remaja yaitu masa remaja sebagai periode peralihan. Masa remaja sebagai periode peralihan, peralihan tidak berarti terputus atau berubah dari apa yang terjadi dari sebelumnya tetapi peralihan yang dimaksud adalah dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Artinya apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan bekasnya, pada apa yang terjadi sekarang dan yang akan datang.¹⁴ Anak-anak beralih dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, harus meninggalkan segala sesuatu yang bersifat kekanak-kanakan dan juga harus mempelajari pola perilaku dan sikap baru untuk menggantikan perilaku/sikap yang sudah ditinggalkan.

Ciri masa remaja yang terakhir adalah masa remaja sebagai mencari identitas. Sepanjang usia kelompok pada akhir masa kanak-kanak, penyesuaian diri dengan standar kelompok adalah jauh lebih penting bagi anak-anak yang tumbuh lebih besar dari pada individualitas, anak yang lebih besar ingin cepat seperti teman-teman sekelompoknya.¹⁵

Berikutnya menurut Hurlock istilah *adult* atau dewasa dari bentuk lampau kata *adultus* yang berarti telah tumbuh menjadi kekuatan atau ukuran yang sempurna atau telah menjadi dewasa. Hurlock mengatakan bahwa dewasa adalah individu yang berada pada rentang usia antara 20 hingga 35 tahun

¹⁴ *Op.Cit.* Hlm 197

¹⁵ *Ibid*, Hlm 263

dimana terjadi perubahan fisik dan psikologis pada diri individu yang disertai berkurangnya kemampuan reproduktif, merupakan masa dimana individu tidak lagi harus bergantung secara ekonomis, sosiologis, maupun psikologis pada orangtuanya, serta masa untuk bekerja, terlibat dalam hubungan masyarakat, dan menjalin hubungan dengan lawan jenis. Hurlock membagi tugas perkembangan pada individu dewasa, antara lain:¹⁶

1. Mulai bekerja
2. Mengambil tanggung jawab sebagai warga negara
3. Mencari kelompok sosial yang menyenangkan

Tabel 1.2
Perbedaan masa remaja awal, pertengahan, akhir

Remaja Awal	Remaja Pertengahan	Remaja Akhir
15 – 18 tahun	18 – 21 tahun	21 – 25 Tahun

Sumber: Psikologi Perkembangan. Tahun 2006, Oktober

Berdasarkan pada tabel 1.2, dalam perkembangan kepribadian seorang anak-anak harus banyak belajar untuk dapat memperoleh tempat dalam masyarakat yang bertanggung jawab, maka seorang remaja mempunyai arti yang khusus, namun begitu masa remaja mempunyai tempat yang tidak jelas dalam rangkaian proses perkembangan seseorang. Anak remaja sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas, ia tidak termasuk golongan anak, tetapi ia tidak pula termasuk golongan orang dewasa atau golongan tua. Remaja ada di

¹⁶ Prof. Dr. F.J. Monks, Prof. Dr. A.M.P. Knoers. Psikologi perkembangan; pengantar dalam berbagai bagiannya. (yogyakarta: gadjah mada university press) Oktober 2006. Hlm 258-260.

antara anak dan orang dewasa. Remaja masih belum mampu untuk menguasai fungsi-fungsi fisik maupun psikisnya, ditinjau dari segi tersebut mereka masih termasuk golongan kanak-kanak, mereka masih harus menemukan tempat dalam masyarakat. Pada umumnya mereka masih belajar di Sekolah Menengah Atas atau Perguruan Tinggi. Ausubel (1965) mengatakan bahwa status orang dewasa sebagai status primer, artinya status ini diperoleh berdasarkan kemampuan dan usaha sendiri, status anak adalah status yang diperoleh berdasarkan (*derived*) yang artinya tergantung apa yang diberikan oleh orang tua dan masyarakat. Dan remaja ada dalam status interim sebagai posisi yang sebagian diberikan oleh orang tua dan sebagian diperoleh melalui usaha sendiri yang selanjutnya memberikan *prestise*.

1.6.2. Kajian Tentang Motif Sosial

Motif itu merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif.¹⁷ Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirininya, untuk melakukan sesuatu. Motif-motif memberi tujuan dan arah kepada tingkah laku kita, juga kegiatan-kegiatan yang biasanya kita lakukan sehari-hari mempunyai motif-

¹⁷ Drs. H. Abu Ahmadi, dkk. Psikologi Sosial. PT RINEKA CIPTA, Jakarta. Juli 2002. Hlm 195

motifnya. Dengan mempelajari motif kita akan menemukan mengapa seseorang berbuat sesuatu.¹⁸

Motif sosial dibagi 3 antara lain, Motif biogenetis yaitu motif yang bercorak universal dan kurang terikat dengan lingkungan kebudayaannya tempat manusia itu kebetulan berada dan berkembang. Motif biogenetis ini adalah asli di dalam diri orang dan berkembang dengan sendirinya. Motif Sosiogenetis adalah motif- motif yang dipelajari orang dan berasal dari lingkungan kebudayaan tempat orang itu berada dan berkembang. Motif sosiogenetis tidak berkembang dengan sendirinya tetapi berdasarkan interaksi sosial dengan orang-orang atau hasil kebudayaan orang. Macam motif sosiogenetis banyak sekali dan berbeda-beda sesuai dengan perbedaan-perbedaan yang terdapat di antara berbagai corak kebudayaan di dunia. Motif Teogenetis adalah motif yang berasal dari interaksi antara manusia dengan Tuhan seperti yang terwujud dalam ibadahnya dan dalam kehidupannya sehari-hari dimana ia berusaha merealisasikan norma-norma agamanya.¹⁹

Motif itu merupakan suatu yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu, semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu.

¹⁸ *Ibid.* Hlm 196-197

¹⁹ Dr. Bambang Samsul Arifin, M.Si. Psikologi Sosial. CV PUSTAKA SETIA. Bandung. April 2015. Hlm 153

Motif-motif itu memberi tujuan dan arah kepada tingkah laku kita, juga kegiatan-kegiatan yang biasanya kita lakukan sehari-hari mempunyai motif-motifnya. Dengan mempelajari motif kita akan menemukan mengapa seseorang berbuat sesuatu.²⁰

Motif sosial pada pengunjung kedai kopi termasuk ke dalam kategori motif sosial Biogenetis dan Sosiogenetis dimana pengunjung kedai kopi datang untuk mengerjakan tugas, skripsi, *hangout*, *refreshing*, dan *sharing*.

1.6.3. Kajian Kopi Sebagai Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat. Gaya hidup menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat. Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut modernitas. Maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain, gaya hidup membantu memahami apa yang orang lakukan, mengapa orang melakukannya, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. Gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu. Menurut Bilson Sinamora gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan

²⁰ *Op.Cit.* Hlm. 198- 200

orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.²¹

Pola-pola kehidupan sosial yang khusus seringkali disederhanakan dengan istilah budaya, memang budaya biasa didefinisikan sebagai keseluruhan gaya hidup suatu masyarakat, kebiasaan/adat istiadat, sikap dan nilai-nilai mereka, serta pemahaman yang sama untuk menyatukan mereka sebagai sebuah masyarakat. Namun menurut Chaney hal ini merupakan penyalahgunaan gagasan tentang gaya hidup, sementara itu gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, masing-masing merupakan gaya, tata krama, tempat yang mereka tuju, dan waktu tertentu yang merupakan ciri khas atau karakteristik, tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka.²² David Chaney juga menjelaskan bahwa seiring dengan perkembangan *life style* identitas sangat penting sebagai pelengkap dari *life style* itu sendiri. Gaya hidup sebagian dari remaja cenderung berorientasi pada nilai kebendaan dan prestise. Segala sesuatu yang menimbulkan kesan modern dan membawa prestise cenderung diminati oleh remaja.

Secuplik kisah sejarah perkembangan kopi diketahui bahwa pergaulan kopi memiliki jalinan interaksi yang menarik dengan kenyataan sosial di sekitarnya, artinya ada timbal balik antara kopi dengan manusia yang meminumnya, kopi banyak dikembangkan manusia mulai dari penanaman

²¹ Bilson Sinamora, panduan riset perilaku konsumen. PT Gramedia Pustaka; Jakarta, 2000, hlm10

²² Chaney, Op.cit. hlm 41

hingga teknik pengolahannya. Sebaliknya manusia pun banyak dipengaruhi kopi dalam interaksi sosial.

Beberapa cerita diatas memaparkan bagaimana dari secangkir kopi mampu membentuk perkumpulan atau komunitas-komunitas sosial di dalam masyarakat, kopi seolah menjadi magnet yang dapat membuat orang-orang rela berkumpul, duduk bersama dan berbincang-bincang meskipun banyak diisi basa-basi dan canda tawa. Pada titik inilah pembahasan kopi dalam proses interaksi sosial masyarakat berpengaruh terhadap gaya hidup²³, Untuk melihat kaitan antara kopi dengan ruang interaksi sosial masyarakat maka perlu dipahami terlebih dahulu latar belakang historis dari setiap kebudayaan. Jika kita ingin membandingkan dengan keadaan zaman dahulu kala pertemuan sebuah kebudayaan bisa memakan waktu yang sangat lama dan panjang.

Kemudian jika dilihat dari segi dinamika sosial kopi dalam konteks ekonomi, kopi pernah diidentifikasi secara mutlak untuk golongan masyarakat kelas atas membuat harga menjadi relatif tinggi, maka aktivitas meminum kopi pernah menjadi sebuah aktifitas yang penuh gengsi dan berkelas. Dari gejala ini kita dapat melihat pola gaya hidup yang terbangun seiring perkembangan kegiatan meminum kopi. Gaya hidup yang seiring perkembangan zaman makin menawarkan pertemuan dengan keberagaman.

²³ Eka Saputra. 2008, Kopi: Dari Sejarah, Efek Bagi Kesehatan Tubuh dan Gaya Hidup. Harmoni Penembahan. Yogyakarta. Hlm 68

Kedai kopi di zaman ini pun turut memainkan peran perubahan tatanan masyarakat yang tidak sedikit karena kedai kopi memang banyak dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul dan berdiskusi, pada masa itu kopi memiliki citra yang sangat baik karena kopi dapat membuat kita tetap segar dan bebas alkohol.

1.6.4. Kajian Tentang Konsumsi Simbolik

Menurut Jean Baudrillard pada sekarang ini masyarakat konsumsi simbolik adalah era dimana orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya namun karena gaya hidup, demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh iklan dan mode lewat televisi, acara infotiment, gaya hidup selebriti dan sebagainya, yang ditawarkan iklan bukanlah nilai guna suatu barang tetapi citra dan gaya bagi pengikutnya.²⁴

Menurut Levi-Straus yang memberi ciri khas perilaku sosialnya pada konsumsi, ini bukanlah konsumsi seperti memelihara sifat (kepuasan, kenikmatan) tetapi ini adalah jalan utama untuk memisahkannya (yang mendefinisikannya sebagai kode, sebagai institusi sebagai sistem organisasi). Demikian pula dalam sistem keluarga tidak didasarkan pada tingkatan terakhir pada hubungan darah dan hubungan kekerabatan, tetapi pada peraturan klasifikasi yang dibuat sendiri. Jadi sistem konsumsi tidak didasarkan pada

²⁴ Jean Budrillard. Masyarakat Konsumen. Kreasi Wacana. Bantul. 2015. Hlm 86

tingkatan terakhir pada kebutuhan dan kenikmatan, tetapi pada peraturan tanda (objek/tanda) dan perbedaan.²⁵

Konsumsi adalah sebuah sistem yang menjalankan urutan tanda-tanda dan penyatuan kelompok. Jadi konsumsi itu sekaligus sebuah moral (sebuah sistem nilai ideologi) dan sistem komunikasi mengenai hal itu dan kenyataan bahwa fungsi sosial dan organisasi struktural jauh melampaui individu dan memaksa mereka mengikuti paksaan sosial yang tak disadariya.²⁶ Jadi bahwa ruang konsumsi adalah kehidupan sehari-hari, dalam hal ini mall, supermarket, restoran dan kedai kopi sebagai sarana konsumsi sebagai aktivitas masyarakat dikalangan remaja dalam membentuk sikap dan perilaku konsumen.

Praktek konsumsi yang kita lakukan setidaknya merupakan cerminan dari “siapa diri kita” “barang apa yang kita beli” “kendaraan apa yang kita pakai” dan “apa status sosial saya dalam masyarakat atau seseorang dan orang-orang disekeliling kita”, dengan praktek konsumsi pola kita dapat melihat perbedaan dalam masyarakat melalui cara mereka mengkonsumsi barang untuk memperoleh identitas mereka dalam strata sosialnya.²⁷ Hal tersebut juga ada dalam kegiatan “ngopi”. “ngopi” yang merupakan kegiatan yang biasa dilakukan oleh masyarakat saat ini memiliki simbol-simbol yang memiliki

²⁵ *Op.Cit.* Hlm 88

²⁶ *Op.Cit.* Hlm 87

²⁷ Lihat Aida Hanifa. 2005. Di Bawah Secangkir Kopi: Starbucks sebagai Arena Konsumsi Simbolik Kelas Menengah Metropolitan”, *Jurnal Scripta Societa* jurusan Sosiologi Pembangunan. Universitas Negeri Jakarta. Indonesia. Hlm 42

pemakaian tertentu sehingga kegiatan konsumsi kopi tidak lagi dimaknai sebagai kegiatan untuk meminum kopi yang secara sederhana.

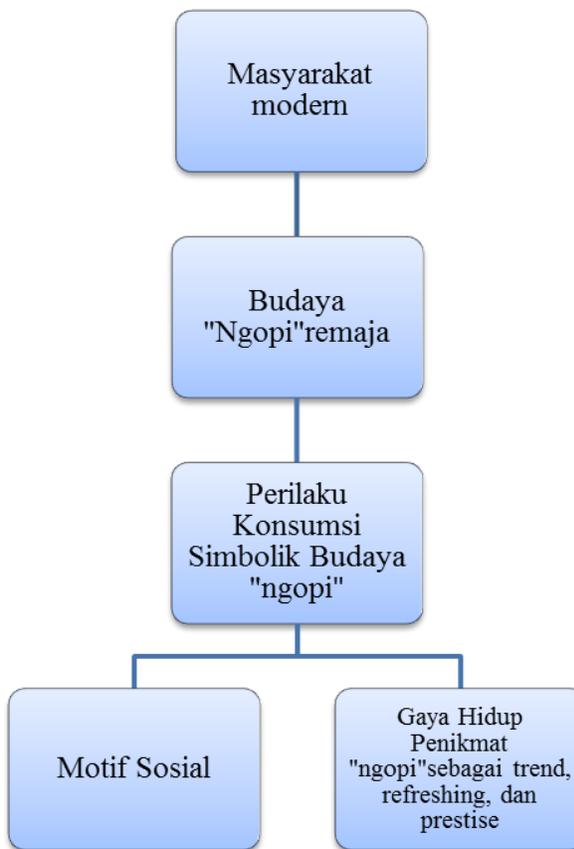
1.6.5. Hubungan Antar Konsep

Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri agar sesuai dengan cara-cara seperti apa seseorang ingin dipersepsikan sehingga dapat diterima oleh kelompok sosial dengan pola-pola perilaku tertentu. Gaya hidup sangat berkaitan erat dengan perkembangan jaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup dapat memberikan pengaruh yang positif atau negatif bagi yang menjalankannya, tergantung dari bagaimana seseorang menjalani gaya hidup tersebut.

Kehidupan masyarakat kota dipengaruhi oleh kepribadian konsumen, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh lingkungan perkotaan yang dimaksud adalah semakin banyak munculnya pusat-pusat untuk *refreshing* yang modern dapat mendorong untuk mengunjungi tempat-tempat refresheshing seperti kedai-kedai kopi. Saat ini dampak dari modernisasi pada remaja sudah sangat mudah ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, tampak ada perbedaan nilai pada remaja jaman sekarang bila dibandingkan dengan remaja generasi sebelumnya. Perbedaan tersebut nampak dari kecenderungan perilaku pada remaja jaman sekarang yang dihadapkan pada gaya hidup yang cenderung konsumtif dan mengutamakan kesenangan semata. Gaya hidup sering disalah

gunakan oleh sebagian besar remaja, terlebih lagi remaja yang berada dalam kota metropolitan, mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti mode masa kini. Tentu saja mode yang mereka tiru adalah mode dari orang barat. Jika remaja dapat memfilter dengan baik dan tepat, maka pengaruhnya positif, begitu juga sebaliknya. Remaja tidak pernah terlepas dari yang namanya tren gaya hidup. *Tren* gaya hidup remaja selalu menuntut sebuah perubahan yang cepat

Skema 1.1
Gaya Hidup Budaya “ngopi” Remaja Bogor



Sumber: Hasil Interpretasi Peneliti, 2017

1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan Gaya hidup ngopi dan budaya ngopi. Jenis penelitian ini adalah studi kasus, yang merupakan strategi penelitian di mana penulis menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktifitas, proses, atau sekelompok individu.²⁸ Penelitian kualitatif ini dilakukan wawancara mendalam kepada sejumlah informan yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena yang ada di sekitar kedai kopi.

Pendekatan ini juga meneliti suatu gejala yang ada dalam kehidupan masyarakat yang diteliti dengan melihat cara-cara beraktifitas, cara pandang, ungkapan-ungkapan emosi maupun apa yang dianggap sebagai yang melatarbelakangi budaya ngopi sebagai gaya hidup. Oleh karena itu, data tersebut bersifat subyektif karena dibuat berdasarkan perspektif pemilik kebudayaan yang diteliti.

1.7.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pemilik dari kedai kopi Scription, Orang Dinas Kebudayaan Pariwisata Ekonomi Kreatif dan remaja yang sering berkumpul di kedai kopi scription. Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis informan, yang pertama adalah informan kunci yaitu orang-orang yang memberikan keterangan tentang segala yang terkait, kata-kata, dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data

²⁸John W. Creswell, *Research Design*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), hlm. 20.

utama.²⁹ Kedua adalah informan pendukung yaitu orang-orang atau pihak-pihak yang terkait secara langsung ataupun tidak langsung dalam pelaksanaan penelitian ini.³⁰ Sedangkan yang terakhir adalah informan utama yaitu mereka yang terlibat langsung atau dalam hal ini adalah informan yang benar-benar memanfaatkan waktu luang di kedai kopi.

Adapun batasan dalam subjek penelitian ini yakni informan kedai kopi kalangan remaja yang berusia 19-25 tahun. Hal ini dikarenakan rata-rata yang berkunjung ke kedai kopi kombinasi pada rentang umur yang telah disebutkan tersebut. Peneliti mengambil informan utama sebanyak 5 orang yaitu, Puji Rahayu, Oggy Wardhana, Iqbal Hibatullah, Eggy Moesly, Rizky Arbain dan Wisnu Aditya. Menurut pengamatan peneliti 5 orang tersebut hampir setiap waktu berkunjung ke kedai kopi. Selain itu, dari hasil wawancara yang peneliti lakukan ke 5 orang tersebut mereka memiliki hobi yang sama: “nongkrong”, suka “ngopi”, dan untuk menghabiskan waktu di kedai kopi. Berikut adalah tabel karakteristik informan peneliti:

²⁹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 161.

³⁰ *Ibid.*

Tabel 1.3:
Karakteristik Subjek Penelitian

No	Karakter Informan	Posisi	Jumlah Informan
1.	Pemilik Kedai Kopi <i>Scription</i>	Informan Kunci	1 orang
2.	Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Informan Pendukung	1 orang
3.	Informan Kedai kopi	Informan Utama	5 orang
4.	Jumlah Total Informan		8 orang

Sumber: Data Lapangan, 2017

1.7.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini penulis lakukan sejak awal bulan Desember 2015. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bogor di jalan Sudirman Air Mancur , sebelum melakukan penelitian di kedai *coffee scription* penulis mencari data terlebih dahulu untuk mencari data monografi kota Bogor, serta data pariwisata sebelum adanya kedai-kedai kopi di Kota Bogor. Penulis melalui proses birokrasi terlebih dahulu dengan membawa surat izin dari kampus ke kantor Kesatuan Bangsa Dan Politik untuk meminta yang terletak JL.Kesehatan Nomor 2, Kota Bogor, setelah itu pihak Kasubag Kesbangpol mengeluarkan surat izin untuk melakukan penelitian ke Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Bogor (BAPPEDA). Setelah itu surat izin dari Kasubag Kesbangpol akan di tindaklanjuti oleh Kasubag Humas Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam melakukan penelitian. waktu untuk

penulis terjun langsung ke lapangan yaitu pada bulan September hingga Desember 2015.

Pemilihan lokasi penelitian ini dipilih sebagai tempat untuk melakukan penelitian dalam rangka menjawab permasalahan yang sudah dirumuskan. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pertimbangan berikut:

- a. Lokasi ini dipilih sebagai tempat untuk melakukan penelitian dalam rangka menjawab permasalahan yang sudah dirumuskan. Penulis melihat bahwa dikalangan remaja kota Bogor hanya minoritas yang mengerti tentang budaya ngopi, hal ini di karenakan adanya kedekatan dengan orang atau masyarakat yang sedikit mengetahui tentang bagaimana budaya ngopi tersebut.
- b. Lokasi ini juga dekat dengan tempat tinggal penulis sehingga akses lebih mudah untuk mendekati informan yang berkaitan dengan apa yang dibutuhkan penulis dalam mencari dan mengumpulkan data sehingga relatif lebih efektif dan efisien.

1.7.4. Peran Peneliti

Peran peneliti disini adalah sebagai orang yang meneliti langsung terhadap realitas sosial atau fakta yang ada dilapangan. Hal tersebut diwujudkan melalui ikut berpartisipasi langsung dalam kegiatan berkumpul yang dilakukan oleh remaja Kota Bogor di Kedai Kopi Scription. Menurut Creswell “penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat interpretatif.

Sehingga bias, nilai, dan penilaian penulis dinyatakan secara tegas dalam laporan penelitian”³¹. Penulis berusaha sebisa mungkin dekat dengan narasumber yaitu pengunjung dan pemilik dari Kedai Kopi Scription yang terletak di Kota Bogor. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang bagaimana rutinitas yang dilakukan oleh para pengunjung kedai kopi dalam melakukan kegiatan ngopi yang dimaknai sebagai sebuah gaya hidup.

1.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, dan lain sebagainya. Dalam penelitian tersebut biasanya sering kali menggunakan metode pengumpulan data yang lebih dari satu (misalnya wawancara ditambah observasi, observasi ditambah dokumentasi, dan lain sebagainya) untuk penulis kasus tunggal.³²

Creswell menjelaskan bahwa “penelitian kualitatif penulis menggunakan teknik pengumpulan data secara langsung seperti, observasi, wawancara, studi pustaka dan diskusi dengan kelompok yang berkaitan dengan penelitian.”³³ Dalam menggunakan teknik observasi peneliti berusaha mendapatkan informasi tentang bagaimana realita dari objek yang diteliti. Maka peneliti akan memiliki data-data yang terpercaya terkait dengan sikap, kebiasaan dan interaksi dari pengunjung kedai kopi. Jadi penulis ikut serta dalam kegiatan berkumpul dan

³¹John W. Creswell, *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*, (London: Sage Publications Inc., 1994), hlm. 138.

³²*Ibid.*, hlm. 202.

³³John W. Creswell, *Research Design: Qualitative & Quantitative Approach*, (Jakarta: KIK Press, 2002). Hlm3

berusaha mendapatkan data. Hal ini bertujuan untuk memahami lebih dalam maksud dan tujuan dari tiap pengunjung kedai kopi tersebut.

A. Observasi

Teknik observasi dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan gambaran umum mengenai fokus masalah yang ingin dikaji pada lokasi penelitian. Dalam penelitian ini observasi bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai gaya hidup budaya “ngopi” remaja melalui pengamatan-pengamatan yang dilakukan oleh penulis dilapangan.

B. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini lebih menekankan pada teknik wawancara, khususnya wawancara mendalam (*depth interview*). Penggunaan metode ini didasarkan pada dua alasan. Pertama, dengan wawancara penulis dapat menggali tidak saja apa yang diketahui dan dialami subjek yang diteliti, tetapi apa yang tersembunyi jauh di dalam diri subjek penelitian. Kedua, apa yang ditanyakan kepada informan bisa mencakup hal-hal yang bersifat lintas waktu, yang berkaitan dengan masa lampau, masa kini, dan juga masa mendatang.

Jadi, pada prakteknya penulis ikut serta dalam kegiatan minum kopi di kedai kopi *Scription* bersama dengan remaja di Kota Bogor dan berusaha untuk mendapatkan data melalui wawancara kepada remaja di kedai kopi *Scription*. Metode wawancara pada penelitian ini menggunakan panduan wawancara yang berisi butir-butir pertanyaan untuk diajukan kepada informan. Hal ini hanya

untuk memudahkan dalam melakukan wawancara, penggalian data dan informasi.³⁴

C. Studi Dokumen

Pengumpulan data yang dilakukan penulis tidak hanya pengumpulan data primer melalui wawancara dan pengamatan, tetapi juga melalui dokumentasi yang dianggap sebagai data sekunder yang dapat menunjang proses penelitian yang dilakukan oleh penulis. Dokumen meliputi seperti foto, memo, *diary*, *fieldnote*, dan sebagainya yang dapat digunakan sebagai informasi penunjang, dan sebagai bagian dari proses pencarian data primer yang berasal dari partisipasi dan wawancara mendalam.

1.7.6. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif sangat berbeda dengan kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif, analisis data biasanya dilakukan dengan menggunakan statistika, sedangkan pada penelitian kualitatif analisis data dilakukan melalui pengaturan data secara logis dan sistematis. Analisis data pada penelitian kuantitatif dapat dilakukan siapa pun asalkan ia atau mereka menguasai statistik walaupun ia tidak pernah ikut dalam proses penelitian, sedangkan penelitian kualitatif yang melakukan analisis data adalah ia atau mereka dalam hal ini penulis yang sejak awal terjun ke lokasi penelitian dan berinteraksi dengan latar dan subjek penelitian dalam rangka pengumpulan data.³⁵

³⁴ *Ibid.* Hlm 175-176

³⁵ *Ibid.* Hlm 245

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan melalui pengaturan data secara logis dan sistematis, dan analisis data itu dilakukan sejak awal penulis terjun ke lokasi hingga pada akhir penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak awal penulis terjun lokasi penelitian yakni sejak penulis mulai melakukan pertanyaan-pertanyaan dan catatan-catatan pada saat dilapangan. Seperti halnya bahwa analisis data kualitatif yang dihimpun dari wawancara mendalam dan catatan lapangan berasal dari pertanyaan-pertanyaan yang dihasilkan pada proses yang paling awal dalam penelitian, selama pembuatan konseptual, fase pertanyaan memfokuskan pada penelitian. Singkat kata, analisis data itu dilakukan dalam dua tahapan, yaitu selama proses pengumpulan data dan pada akhir pengumpulan data.³⁶

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Baik data dari hasil wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan di lokasipenelitian, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan melalui pengaturan data secara logis dan sistematis. Dan analisis data itu dilakukan sejak awal penulis turun ke lokasi penelitian.³⁷

³⁶ *Ibid.* Hlm 246

³⁷ *Ibid.* Hlm 249

Adapun proses dari analisis data kualitatif menurut Seiddel diantaranya:

- a) Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberikan kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
- b) Mengumpulkan memilih dan memilah, mengklasifikasikan, mensintesis, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya.
- c) Berpikir dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna,
- d) mencari dan menemukan pola, hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.³⁸

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan teknik observasi, wawancara kusioner dan studi dokumentasi, tahapan tersebut juga disebut sebagai tahap pengumpulan data. Setelah mencatat dan merekam segala hal yang berhubungan dengan fokus penelitian maka penulis akan mendapatkan sebuah catatan lapangan yang selanjutnya penulis akan menganalisis dengan mengklasifikasikan data tersebut sesuai dengan kategorisasi yang ada.

1.7.7. Triangulasi Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis triangulasi sumber data. Triangulasi Sumber Data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data di waktu dan cara yang berbeda yang dilakukan dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum

³⁸ *Ibid.* Hlm 248

dengan apa yang dikatakan secara pribadi. Triangulasi sumber data juga memberikan kesempatan untuk dilakukan dengan penilaian hasil penelitian dilakukan oleh responden, mengoreksi kekeliruan oleh sumber data, menyediakan tambahan informasi secara sukarela.³⁹ Selain dengan melakukan metode wawancara mendalam, penulis dapat menggali data melalui gambar atau foto, hasil observasi, dan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda, agar data dalam penelitian *valid*, maka penulis melakukan *cross check* dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara dari berbagai sumber. Penulis mendapatkan pendapat tentang budaya ngopi dari pemilik kedai kopi *scription* dan remaja kota Bogor. Melalui cara ini penulis mendapatkan data sebagai gambaran tentang budaya ngopi tersebut pada jaman sekarang ini yang sudah menjadi budaya gaya hidup di kalangan remaja. Penambahan data tersebut, diharapkan mampu menjadi alat bantu penulis dalam mempertajam dan mendukung keberhasilan interpretasi penulis terhadap data yang akan diolah.

1.8. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas 5 bab, Bab pertama pendahuluan, bab kedua setting lokasi, bab ketiga hingga bab keempat membicarakan isi dari penelitian, untuk dapat memahami keseluruhan isi dari laporan penelitian yang berjudul Budaya ‘ngopi sebagai gaya hidup dikalangan remaja Kota Bogor ini, berikut

³⁹Prof. Dr. H.M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si, Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya,(Jakarta: Kencana, 2009), hlm 257

penulis akan menguraikan sistematika pembahasan dalam bab-bab yang dijabarkan sebagai berikut:

Bab satu merupakan pendahuluan terdiri dari penelitian ini berisikan latar belakang penelitian yang sedang dilaksanakan hingga dirumuskan beberapa permasalahan yang tersusun dalam pertanyaan-pertanyaan penelitian. Untuk mempertegas penelitian, penulis memaparkan tujuan dan signifikansi atau kegunaan penelitian bagi pembaca dan penulis. Sedangkan, untuk merefleksikan penelitian secara sosiologis, penulis menggunakan kerangka konseptual sebagai pisau analisis penulis. Selanjutnya, penulis menentukan metodologi yang dipakai serta menjalankan aktivitas-aktivitas yang akan dilakukan.

Bab dua ini berisi tentang profil gambaran umum Kota Bogor dari sebelum adanya kedai kopi hingga menjamurnya *cafe* kedai kopi di Kota Bogor. Serta akan dijelaskan sejarah Kota Bogor. Dan gambaran lokasi penelitian dijelaskan mengenai hasil pengamatan dan potensi yang dimiliki oleh kedai kopi tersebut.

Bab tiga ini merupakan inti pembahaasan dari penelitian yang ditemukan di lapangan yang membahas mengenai budaya ngopi sebagai gaya hidup di kalangan remaja kota Bogor.

Bab empat ini membahas hasil analisis dari hasil penelitian yang telah dijelaskan dalam bab III. hasil analisis yang terdapat dalam bab ini berbasis pada kerangka konsep yang telah di jabarkan dalam bab pendahuluan. Hasil

analisis ini merupakan kajian terhadap temuan penelitian dalam perspektif sosiologis. Dan pada **Bab lima**, Dalam bab ini penulis menyajikan kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan berdasarkan kesimpulan tersebut, maka penulis akan memberikan saran-saran.

BAB II

SOSIO HISTORIS KOTA BOGOR, BUDAYA NGOPI, DAN GAMBARAN KEDAI KOPI DI KOTA BOGOR

2.1. Pengantar

Sebelum menginjak pada isi bab dua ini, penulis ingin memaparkan sosio historis kota Bogor yang merupakan lokasi dari penelitian ini. Pada bagian pertama adalah pengantar. Pada bagian kedua penulis akan mendeskripsikan mengenai pertumbuhan tempat rekreasi di kota Bogor dari Tahun 2011-2014. Pada bagian ketiga penulis akan mendeskripsikan gambaran umum kota Bogor. Pada bagian keempat penulis akan memaparkan gambaran kedai kopi yang ada di kota Bogor. Pada bagian kelima penulis akan memaparkan sejarah perkembangan budaya ngopi. Pada bagian keenam penulis akan mendeskripsikan profil kedai kopi *scription*. Pada bagian ke tujuh penulis akan memaparkan mengenai prifil informan penelitian. Dan pada bagian terakhir adalah rangkuman.

2.1.1. Gambaran Umum Kota Bogor

Kota Bogor tumbuh sebagai kota berbasis pemukiman para pekerja yang mencari nafkah di Jakarta. Fenomena *commuter* (penglaju) di kota Bogor terlihat dari tingginya jumlah perjalanan menuju Jakarta tiap harinya baik menggunakan kendaraan pribadi, kendaraan umum, maupun Kereta Rel Listrik.

Secara fisik kota Bogor memang memiliki banyak peninggalan sejarah yang memberi kontribusi pada karakter kota. Walaupun demikian, karena fenomena *extending* metropolitan (memperluas metropolitan) yang terjadi saat ini, karakter kota Bogor yang bersejarah tersebut sekarang mulai pudar oleh desakan budaya komersial urban. Saat ini kota Bogor merupakan kota yang merepresentasikan perpaduan kultur tradisional Sunda, budaya kolonial, dan modernitas kota metropolitan. Tarik menarik antara kekuatan lokal dan regional sedang berlangsung di kota ini . Terdapat 3 tipe kawasan yang membentuk identitas kota Bogor saat ini yaitu kawasan historis kolonial, kawasan pembangunan ekonomi internal, dan kawasan permukiman yang terkait dengan pembangunan regional (pola komuter). Walaupun saat ini kawasan historis kolonial merupakan kawasan yang paling tidak berkembang di Bogor, kawasan dengan konsep garden city ini memiliki kontribusi yang paling kuat pada tingkat place attachment (tempat lampiran) penduduk Bogor. Dari fenomena ini dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan identitas perkotaan pada kota-kota berskala regional, aspek konservasi dan integrasi kawasan historis harus dipertimbangkan secara matang dengan mengintegrasikan antara aspek morfologi ruang dengan pola mobilitas masyarakatnya.⁴⁰

⁴⁰ Kota Bogor Dalam Angka/ Bogor Municipality in Figures 2013/2014. Badan Pusat Statistik Kota Bogor. Hlm 30

2.1.2. Sejarah Berdirinya Kota Bogor

... “*Tah di dinya, ku andika adegkeun eta dayeuh
laju ngaranan Bogor
sabab Bogor teh hartina tunggul kawung*” ...

Sebait pantun Pacilong tersebut menceritakan sebuah Kota bernama Bogor, dimana Bogor berarti *tunggul kawung*, atau pohon enau. Kehebatan pohon enau ini menyiratkan juga kehebatan sebuah Kota yang pernah menjadi pusat pemerintahan Kerajaan Hindu terbesar di Nusantara. Kota Bogor lahir dari sebuah Kerajaan besar bernama Pajajaran yang memindahkan ibukotanya ke tanah Pakuan pada tahun 1482 (dari tempat semula, yaitu Galoeh) seiring dinobatkannya Sri Baduga Maharaja atau yang dikenal dengan sebutan Prabu Siliwangi menjadi raja Kerajaan Pajajaran. Perpindahan ibukota ini adalah untuk yang terakhir kalinya karena pada tanggal 11 bagian terang bulan Wesaka tahun 1501 yang kira-kira jatuh pada tanggal 8 Mei 1579 Masehi kerajaan besar ini pada akhirnya lenyap. Berakhirlah jaman pajajaran (1482-1579). Hancur dan hilanglah sebuah ibu kota kerajaan yang tersohor namanya. Kota itu dikalahkan tapi tidak untuk dikuasai. Lama kelamaan wilayah ini berganti rupa menjadi hutan belantara.⁴¹

⁴¹ Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Bogor, Tahun 2015-2019. Hlm 11.1

Tidak ada catatan yang tertinggal mengenai Pakuan, ibukota Kerajaan Pajajaran setelah keruntuhannya pada tahun 1579. Seolah hilang dan baru ditemukan kembali setelah serangkaian ekspedisi yang dilakukan oleh Scipio pada tahun 1687, Adolf Winkler tahun 1690 dan Abraham van Riebeeck tahun 1704 dan 1709. Penemuan Prasasti Batutulis dan situs-situs lainnya menjadi bukti yang meyakinkan bahwa di Bogorlah terletak pusat pemerintahan Pakuan Pajajaran. Atas perintah dari Camphuijs, untuk mencari jejak Kerajaan Pajajaran, ekspedisi pada tahun 1687 yang dipimpin Sersan Scipio dibantu oleh Letnan Patinggi dan Letnan Tanuwijaya seorang sunda Sumedang berhasil menemukan pemukiman di beberapa tempat, seperti Cikeas, Citeureup, Kedung Halang dan Parung Angsana. Pada tahun 1687, pembukaan Hutan Pajajaran mengawali babak baru kehidupan tanah ini yang ditandai dengan didirikannya sebuah perkampungan yang kemudian diberi nama Kampung Baru. Kampung Barulah yang selanjutnya menjadi cikal bakal tempat kelahiran Kabupaten Bogor yang didirikan kemudian sekaligus sebagai pusat pemerintahan bagi kampung-kampung lainnya seperti Parakan Panjang, Parung Kujang, Panaragan, Bantarjati, Sempur, Baranang Siang, Parung Banteng dan Cimahpar.⁴²

Pada tahun 1745 Gubernur Jenderal Baron Van Inhoff jatuh cinta pada tanah indah ini dan lalu membangun sebuah istana yang mirip dengan Bleheim Palace di Inggris. Istana yang saat ini tersohor dengan nama Istana Bogor

⁴² *Ibid.* Hlm 11. 2-3

dibangun seiring dengan pembangunan jalan Raya Daendles yang menghubungkan Batavia dengan Bogor, sehingga keadaan Bogor mulai berkembang. Pada masa pendudukan Inggris, dalam kepemimpinan Gubernur Jenderal Thomas Raffles, kota ini berkembang pesat dimana Istana Bogor mengalami renovasi dengan perkembangan taman disekelilingnya yang merupakan cikal bakal Kebun Raya. Beliau juga memperkerjakan seorang *Planner* (perencana) yang bernama Carsens yang menata Bogor sebagai tempat peristirahatan yang dikenal dengan *Buitenzorg*. *Buitenzorg* yang berarti "without a care" kemudian tersohor menjadi destinasi wisata pelancong dunia, hingga menjadi *pilgrimage* para ilmuwan dunia setelah lahirnya *S'Lands Plantetuin Te Buitenzorg* (Kebun Raya Bogor).⁴³

Pada masa setelah kemerdekaan, yaitu setelah pengakuan kedaulatan RI, pemerintahan di Kota Bogor namanya menjadi Kota Besar Bogor yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1950, selanjutnya pada tahun 1957 nama pemerintahan berubah menjadi Kota Praja Bogor, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1957, kemudian dengan Undang-undang Nomor 18 tahun 1965 dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1974 berubah kembali menjadi Kotamadya Daerah Tingkat II Bogor. Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, Kotamadya Daerah Tingkat II Bogor diubah menjadi Kota Bogor. Nama Bogor sendiri dapat ditemui pada sebuah dokumen tertanggal 7 April 1752. Dalam dokumen

⁴³ *Ibid.* Hlm 11.4-5

tersebut tercantum nama Ngabei Raksacandra sebagai "*hoofd van de negorij Bogor*" (kepala kampung Bogor). Dalam tahun tersebut ibukota Kabupaten Bogor masih berkedudukan di Tanah Baru. Dua tahun kemudian, Bupati Demang Wiranata mengajukan permohonan kepada Gubernur Jacob Mossel agar diizinkan mendirikan rumah tempat tinggal di Sukahati di dekat *Buitenzorg*. Terakhir berdasarkan PP No.44/1992, perwakilan kecamatan Tanah Sareal ditingkatkan statusnya menjadi kecamatan. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 13 Tahun 2008, wilayah Kota Bogor terdapat enam kecamatan dan 68 kelurahan (diolah dari berbagai sumber).⁴⁴

2.1.3. Visi dan Misi Pembangunan Kota Bogor

Visi amatlah penting dalam suatu kebijakan pembangunan mengingat visi adalah rumusan umum mengenai keadaan yang diinginkan pada akhir periode perencanaan. Dengan adanya visi maka segala sumber daya dapat digunakan secara terarah, guna mewujudkan kondisi akhir yang dicita-citakan melalui serangkaian tahapan kegiatan. Oleh karena itu, visi pembangunan mempunyai berbagai fungsi diantaranya:

1. Sebagai arah bagi semua kebijakan pembangunan
2. Sebagai tujuan dan sasaran akhir yang hendak di capai oleh kebijakan pembangunan.
3. Sebagai acuan dalam penyusunan program dan anggaran pembangunan. Dan,

⁴⁴ *Ibid.* Hlm 11.6

4. Sebagai sarana untuk melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap semua kebijakan pembangunan.

Lebih jauh, visi pembangunan dapat menjadi pranata yang berfungsi sebagai pedoman perilaku pembangunan. Sebagai alat pemersatu masyarakat dalam pembangunan, dan sebagai sarana pengendali sosial dalam pembangunan. Penentuan visi pembangunan dengan misi dan strategi pencapaiannya amatlah penting, agar proses pembangunan dapat dilaksanakan dengan arah dan kebijakan yang jelas. Berhubung dengan itu, untuk menjawab permasalahan dan isu strategis daerah ke depan, maka visi pembangunan kota Bogor untuk jangka waktu 2015-2019 adalah sebagai berikut.

“Menjadikan Bogor sebagai kota yang nyaman, beriman, dan transparan”

Kalimat visi diatas mengandung tiga kata kunci yaitu nyaman, beriman, dan transparan. Pemaknaan tiga kata kunci tersebut secara lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:

- Nyaman

Makna **nyaman** merupakan kondisi yang dirasakan masyarakat dalam melakukan berbagai aktifitas, seperti bekerja, berusaha, belajar, tumbuh dan aktifitas-aktifitas lain yang dilakukan di dalam kota oleh setiap elemen masyarakat. Pada dasarnya kondisi tersebut dapat terpenuhi sedikitnya oleh tiga faktor. Faktor pertama terkait dengan kualitas lingkungan, yang mana kota dapat mencerminkan kondisi yang sehat dan bersih dengan tingkat pencemaran

(meliputi air, tanah, dan udara) dapat dikendalikan dengan baik. Kota yang nyaman adalah kota yang baik secara klimatik (iklim yang sejuk), indah secara visual, maupun secara aromatik. Selain kondisi fisik lingkungan yang baik, faktor lain adalah dari sisi ketersediaan fasilitas perkotaan yang memadai untuk seluruh warga termasuk anak, perempuan, lansia dan difabel, ramah pengguna dengan akses yang mudah dalam mendukung aktifitas masyarakat menuju taraf kehidupan yang lebih baik. Faktor terakhir adalah berkaitan dengan kultur masyarakat yang baik. Kenyamanan didapat ketika warga juga merasa aman dengan kehidupan berbudaya yang tumbuh dilingkupi oleh modal sosial

- Beriman

Makna **beriman**, diterjemahkan kedalam berkembangnya aktifitas kehidupan beragama yang lebu bermakna. Hal ini merupakan perwujudan dari masyarakat yang memiliki nilai-nilai agama dan moral yang tidak hanya sebagai cerminan nilai pribadi, namun terimplementasikan ke dalam kehidupan sosial antar sesama dan kepedulian terhadap lingkungan hidup yang dijadikan tempat tinggal dan berlangsungnya berbagai aktifitas. Harmonisasi pun tidak hanya terjadi diantara masyarakat saja, namun juga dengan lingkungannya. Selanjutnya perhatian terhadap generasi muda menjadi penting dalam menjamin terjaganya nilai dan norma di tengah genjarnya dampak negatif dari arus globalisasi.

- Transparan

Makna **transparan**, lebih ditekankan pada proses berlangsungnya pemerintahan kota dalam mengefektifkan tugas dan fungsi, serta mengawal arah pembangunan kota kedepan. Transparansi menuntut kecakapan dan peran aktif pemerintah dalam membuka diri, melayani, bekerja sama dengan berbagai pihak dalam melaksanakan program-program pembangunan, sehingga pemenuhan target pembangunan menjadi sebuah aksi kolaboratif bersama elemen masyarakat lain. Sebagai bagian dari transparansi, jalannya program-program pembangunan dapat diakses oleh masyarakat sehingga hak masyarakat atas informasi publik dapat terpenuhi

MISI

Untuk mewujudkan visi pembangunan Kota Bogor 2015-2019 tersebut, dapat ditempuh melalui enam misi pembangunan sebagai berikut:

1. Menjadikan Bogor kota yang cerdas dan berwawasan teknologi informasi dan komunikasi.

Kota yang cerdas direpresentasikan oleh iklim lingkungan belajar yang tumbuh ditengah-tengah masyarakat. Hal ini diharapkan semakin berkembang dengan ketersediaan berbagai fasilitas yang mendorong kemudahan masyarakat untuk mengakses pengetahuan, utamanya lewat pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat dapat mengakses informasi yang luas dan mendorong terjadinya proses pengambilan keputusan publik yang cerdas. Penyelenggaraan pemerintah dan pelayanan publik dilakukan dengan basis

Sistem informasi Manajemen yang terintegrasi. Sistem informasi Manajemen itu sekaligus menjadi *decision support system* sehingga proses pengambilan keputusan publik dapat dilakukan secara cerdas.

2. Mewujudkan Bogor kota yang sehat dan makmur.

Kota yang sehat mencerminkan masyarakat dengan kemudahan terhadap akses layanan kesehatan. Layanan kesehatan yang memadai kemudian diimbangi pula oleh kesadaran masyarakat dalam berperilaku sehat, mulai dari lingkungan rumah tangga sampai lingkungan perkotaan. Masyarakat yang sehat mendorong masyarakat yang lebih produktif sehingga masyarakat dapat memperoleh kesempatan berkarya secara maksimal. Kesempatan untuk berkarya inilah yang menjadi kunci menuju kemakmuran. Selain itu, ketersediaan barang-barang konsumsi yang terjangkau menjadi penunjang bagi kemakmuran sebuah kota.

3. Menjadikan Bogor kota yang berwawasan lingkungan

Wawasan lingkungan bukan hanya menjadi upaya namun juga menjadi budaya bagi setiap elemen masyarakat. Penerapan green city, rendah karbon, ramah lingkungan, penanganan sampah, diinternalisasikan sebagai gaya hidup. Kota yang berwawasan lingkungan didukung pula oleh peraturan-peraturan dan kebijakan yang menjamin upaya pelestarian dapat berjalan seiring dengan pertumbuhan kota.

4. Menjadikan Bogor sebagai kota jasa yang berorientasi pada kepariwisataan dan ekonomi kreatif.

Masyarakat dengan individu-individu yang kreatif dapat menumbuhkan industri kreatif, yang pada akhirnya dapat bersinergi dalam mendukung tumbuhnya industri pariwisata. Masyarakat tersebut dapat tumbuh ditengah-tengah karakter kota yang kuat. Hal tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, sehingga upaya mendesain kota harus dilakukan secara komprehensif untuk seluruh sudut kota. Lanskap kota yang berbudaya menguatkan citra kota yang kemudian menjadi aset dan juga identitas kota. Hal tersebut diikuti dengan berkembangnya proses-proses kreatif sehingga industri-industri kreatif dapat terus tumbuh.

5. Mewujudkan pemerintah yang bersih dan transparan.

Pemerintah yang bersih merupakan pemerintah yang dapat menjamin tidak adanya praktek-praktek korupsi, kolusi dan nepotisme dalam perjalanan roda pemerintahan. Reformasi birokrasi menjadi syarat dalam menjalankan roda pemerintahan. Pemerintah aktif membuka diri bagi masyarakat dan juga membuka peluang-peluang kerjasama dengan berbagai pihak. Pemenuhan hak masyarakat akan informasi publik menjadi bagian dari upaya transparansi. Selanjutnya sinergitas dilakukan guna menyatukan berbagai potensi dan stabilitas kebijakan demi kemajuan pembangunan kota Bogor.

6. Mengokohkan peran moral agama dan kemanusiaan untuk mewujudkan masyarakat madani.

Peran moral agama dan kemanusiaan bukan hanya menjadi hal yang tumbuh dan mempengaruhi ranah individual saja, namun dapat menjadi nafas penggerak pembangunan kota. Kota berkembang dimana masyarakat hidup rukun dan damai. Setiap warga, kelompok atau lembaga menjadi agen pembawa kedamaian dan penyadaran bagi sesama untuk menerapkan nilai moral, agama, dan kemanusiaan dalam kehidupan sehari-hari.

2.2. Gambaran Kedai Kopi di Kota Bogor

Kota Bogor identik dengan berbagai kuliner, salah satunya kuliner kedai kopi. terbentuknya kedai-kedai kopi di Bogor sangat jelas dipengaruhi oleh gaya hidup, jika dahulu kopi identik dengan orang tua, sekarang kopi telah menjadi bagian gaya hidup remaja untuk menghabiskan waktunya bersantai dan berkumpul bersama teman-teman. hal ini menandakan sebuah fenomena bahwa kedai-kedai kopi bermunculan sebagai ajang hobi, gaya hidup atau kebutuhan. Berikut beberapa nama-nama kedai kopi di Bogor, diantaranya

Tabel 2.1
Jumlah Kedai-Kedai Kopi di Kota Bogor

No.	Nama Kedai Kopi	Alamat
1	Imah Nini Gallery & Coffeshop	Sancang
2	Fresh Cup Coffe Bogor	Pandu Raya
3.	Meet Up Coffe	Ahmad Syam

No.	Nama Kedai Kopi	Alamat
4.	Dailydose Coffe & Eatery	Pandu Raya
5.	Kongkow Coffe House	Ahmad Adnawijaya
6.	Coffe Time	Jl. Gunttur
7.	Warkop Tampomas	Pajajaran
8.	Warkop Saras	Jendral Sudirman
9.	Baked & Brewed	Pandu Raya
10.	Ozaizy Coffe&Resto	Jend. Ahmad Yani
11.	Keuken Koffe-Specialty Coffe	Villa Duta
12.	Keuken Koffe Lodaya	Jl. Lodaya 2
13.	Popolo Coffe	Jl. Loader
14.	Coffe Combi	Ahmad Adnawijaya
15.	Garage Coffe Shop	Jl. Pahlawan
16.	Kedai Kopi Djembar	Artzimar 1
17.	Ideo Kopi	Jl. Pahlawan
18.	Rumah Kopi Ranin	Ahmad Sobana
19.	Kopi Oey	Gd. Alumni IPB
20.	Sixteen Bell	Ahmad Sobana
21.	Yellow Truck Coffe	Pajajaran
22.	ARTHENTIC Coffe & Patisserie	Pandu Raya
23.	Demanda Coffe	Pajajaran

No.	Nama Kedai Kopi	Alamat
24.	Coffezone Bogor	Sancang
25.	Dejourney Coffe	Pandu Raya
26.	Coffe Toffe	Pandu Raya
27.	Syahaba Coffe Shop	Mandalawangi
28.	D Koffie-Pot	Jl. Salak
29.	Coffe Combi Scription	Jl. Sudirman
30.	Maraca Books And Coffe	Jl. Jalak Harupat
31.	Kopi Gayo	Jl. Cikahuripan

Sumber: Olahan Data Lapangan, 2017

Dalam penelitian ini penulis memilih *coffe scription* sebagai tempat penelitian. Seiring berkembangnya kedai-kedai kopi di Bogor maka ketatnya persaingan kedai kopi yang ada, kedai kopi scription ini memiliki beberapa metode untuk mengolah kopinya yaitu dengan *manual brewing*, *manual brewing* ini adalah penyajian kopi tanpa alat kopi menggunakan mesin dan listrik atau pembuatan kopi secara manual, lalu pada saat ini kedai-kedai kopi yang sedang berkembang rata-rata menggunakan metode *manual brewing* itu di karenakan mengikuti pasar, adanya perbedaan pelayanan, fasilitas, kualitas produk dan informasi dari setiap kedai kopi akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yang akan dicapai terhadap jumlah kunjungan serta minat beli kembali konsumen ke kedai kopi tersebut.

Dari banyaknya kedai-kedai kopi di kota Bogor penulis sangat beruntung menemui kedai kopi *scription* ini, karena disini *owner* atau pemiliknya adalah kakak kelas penulis pada waktu SMA, maka penulis jadi lebih mudah mencari informasi daripada ke kedai-kedai kopi yang belum kenal oleh *owner* atau pemiliknya. jadi penulis tidak susah untuk mencari informan utama khususnya remaja Bogor, untuk mengetahui bagaimana bentuk pola gaya hidup “ngopi” di Kota Bogor ini.

Kedai kopi *scription* menurut penulis terbilang harganya yang sangat terjangkau daripada kedai-kedai kopi lainnya yang ada di Bogor, walaupun harga terjangkau tidak memungkinkan juga kedai kopi *scription* tidak memberikan pelayanan yang tidak memuaskan, bisa dilihat dari penulis melihat ke kedai kopi *scription* banyak anak-remaja sangat menikmati bersama dengan kerabat, sahabat, atau pacar. Jadi kedai kopi *scription* tidak hanya mementingkan harga yang terjangkau saja melainkan tempatnya yang enak untuk berkumpul.

2.3. Sejarah Munculnya Kedai Kopi

Sejarah Coffe atau warung kopi atau kedai kopi saat ini, mungkin yang terlintas di benak kita adalah tempat yang *cozy* (nyaman) dengan tempat duduk yang dapat digunakan untuk berkumpul, menurut sejarahnya kedai kopi selalu menjadi tempat berkumpul masyarakat dari berbagai golongan.

Seperti yang penulis sudah baca di buku yang berjudul Kopi Menyebutkan bahwa Kiva Han sebagai kedai kopi yang pertama kali hadir di muka bumi pada tahun 1475 di Kiva Han berdiri di Kota Konstantinopel Istanbul (Turki). Pada masa itu kopi sudah menjadi komoditas, ketika kopi masuk ke wilayah Eropa maka kedai-kedai kopi dengan sendirinya tumbuh berkembang seperti jamur pada kayu-kayu yang lapuk di usim hujan. Tidak sampai satu abad kemudian pada tahun 1652 di negara Inggris, di Inggris kedai kopi menjadi tempat yang sangat dihargai dan dianggap sebagai ruang berkumpul masyarakat terdidik untuk membicarakan banyak hal, sehingga memikat orang-orang di negara lain untuk membangun kedai kopi.

Seperti di Negara Italia keberadaan kedai kopi sejak tahun 1654, semetara tahun 1672 kedai kopi mulai memasuki Prancis dan pada tahun mendarat di Tanah Jerman. ketika tahun 1900-an muncul variasi baru dalam tampilan menu, karena kedai kopi memang memiliki wajah yang hampir sama dengan bar, hanya saja kedai kopi memang mengutamakan sajian menu kopi ditambah snack sebagai cemilannya sehingga kedai kopi bisa disebut sebagai restoran informal.

Ketelatenan dalam menyajikan variasi menu kopi memang dapat menjadi nilai lebih tersendiri. Sekarang, misalnya siapa yang tidak mengenal “starbucks” sebagai kedai kopi ternama di jagat raya, yang resmi berdiri pada tahun 1971 di Seattle Amerika Serikat, kedai kopi starbucks sudah bisa menyebar ke pelosok dunia dan memiliki anak cabang lebih dari 8000 buah.

Dari tinjauan budaya kedai kopi memang memainkan peran sebagai salah satu pusat interaksi sosial. Kedai kopi menyediakan tempat berkumpul, berbincang-bincang, menulis, membaca, menenangkan diri, mencari hiburan sekedar menghabiskan waktu. Baik untuk diri diri sendiri maupun dalam sebuah kelompok.

Keberadaan sebuah kedai kopi tidak lagi cukup hanya dengan menimbang-nimbang faktor ekonomi, masih banyak bayak para penikmat kopi yang mendambakan rasa dari aroma kopi tersebut, sehingga kedai kopi pun dipandang sebagai gaya hidup. Maka bagi sebagian dari remaja kedai kopi telah menjadi rumah singgah yang tdak bisa dipandang sambil lalu melainkan rumah kedua, tempat dimana ketenangan dan kehangatan.⁴⁵

2.4. Sejarah Perkembangan Budaya “Ngopi”

Pada saat ini budaya minum kopi sudah mendunia, tetapi sejarah asal-usul kopi ditemukan pertama kali masih diragukan karena memang belum ada verifikasi yang meyakinkan. Namun sudah banyak beredar cerita tentang asal-usul kopi dengan berbagai versi, seperti yang penulis sudah baca di buku yang berjudul Kopi (Eka Saputra, 2008). Dalam buku ini menceritakan asal-usul ditemukannya kopi seperti:

1. Kisah penemuan kopi di kurun 500 Masehi bermula dari domba gembala yang tidak sengaja memakan tanaman liar serupa buah ceri, setelah memakan daun

⁴⁵ Eka Saputra. Kopi dari Sejarah, efek bagi kesehatan tubuh, dan Gaya Hidup)Harmoni Yogyakarta. September 2008. Hlm 86-109

dan bijinya, domba tersebut bertingkah aneh. Menyaksikan hal tersebut penggembala pun mencicipi tanaman yang dimakan domba tersebut. Nama Khaldi penggembala domba selalu disebut sebagai orang pertama yang menemukan pohon kopi. Khaldi kemudian bertemu dengan seorang rahib bernama Chadely atau Scyadly menceritakan peristiwa yang dialami dirinya dan kambingnya, ia menunjukkan semacam biji ceri yang dimakannya. Rahib pun lantas tertarik untuk merasakan pengaruh kesegaran yang diceritakan Khaldi. Biji-bijian yang diterimanya dihaluskan dan dicampur dengan air panas, jadilah minuman kopi pertama kali.

2. Cerita lain yang berkembang perihal penemuan kopi, yakni berawal dari seorang Syekh Arab yang menyelamatkan dirinya dari kelaparan dengan membuat sup dari biji beri yang terdapat disemak belukar, setelah melahapnya terasa kesegaran menghinggapi tubuhnya.

Memang tidak ada peristiwa sejarah yang mengembangkan kehadiran kopi di Jazirah Arab Selatan, tetapi Ethiopia diketahui menyerbu kawasan ini sekitar tahun 525 Masehi. Kendati beberapa sejarawan mengatakan kopi dibawa ke Arab oleh para pedagang budak yang menyerbu kawasan Afrika sekitar tahun 1000 sebelum Masehi. Ragam cerita yang ada telah menegaskan kopi sebagai sesuatu yang memiliki sejarah panjang yang menarik untuk dikupas selanjutnya tentang nama kopi itu sendiri. Dalam bahasa Inggris kopi disebut coffee yang mulai banyak digunakan sejak tahun 1600an. Bila dilacak lebih jauh, maka akar katanya adalah *caffè* dari bahasa Italian. Bahasa tersebut pun

merupakan pengaruh dari Turki yang menggunakan kahveh, sementara bahasa Turki sangat kental dipengaruhi Aroma Arab.

Kemudian sejarah pertumbuhan kopi di Indonesia pun memiliki cerita sendiri sebagai bawaan Belanda, kopi dapat dikatakan sebagai produk kolonial, bibit kopi yang didapatkan dari wilayah Arab. Pertama kali ditanam di wilayah timur Jatinegara kini wilayah itu dikenal sebagai Pondok Kopi, kemudian kopi itu menyebar ke berbagai kawasan Nusantara terutama di wilayah Jawa Barat lalu meluas ke Sumatera, Sulawesi, dan pulau lainnya.⁴⁶

Cerita tentang kopi di Indonesia mengisahkan penderitaan masyarakat akibat sistem tanam paksa yang diberlakukan di Belanda, dengan sistem tersebut Indonesia dikenal sebagai Hindia Belanda pernah menjadi produsen kopi terbesar di dunia.. Sejarah kopi yang tercantum diatas jenis kopi yang kemudian berkembang di Brazil pun berasal dari Indonesia. Prancis yang membawanya ke wilayah Amerika diberitakan mendapat bibit kopi dari Belanda yang mengembangbiakkan kopi di Indonesia.

Budaya minum kopi awalnya itu minuman kopinya berwarna hitam pekat, rasanya pahit dan panas. Selain itu, karena tempatnya berupa sebuah warung yang suasana tempatnya juga panas dan penuh dengan orang-orang maka orang yang minum kopi merasakan panasnya. Penikmat kopi dulunya itu orang-orang tua yang bisa membuat mereka merasakan dan menikmati panasnya setelah minum kopi. Karena kopi minuman kuno dan mempesona di

⁴⁶ *Ibid.* Hlm 10-25

masa lalu, yang tidak kehilangan pesona bahkan sekarang dapat menemukannya di mana – mana.

Adanya kopi instan tanpa ampas seperti kopi yang berada di warung-warung memang mempunyai rasa yang nikmat dan berbeda dengan kopi hitam pada umumnya, dengan tambahan cream di dalamnya kopi tersebut sudah menjadi sebagai minuman yang sudah banyak mempengaruhi lidah penikmat kopi. Saat ini masyarakat Indonesia sudah mulai terbiasa dengan rasa dari kopi instan, hingga kebanyakan masyarakat Indonesia sendiri tidak banyak yang tahu akan budaya ngopi yang sudah tertanam sejak lama di Indonesia.

Saat ini di zaman modernisasi tidak asing lagi soal gaya hidup. Gaya hidup disini gaya hidup saat menikmati minuman kopi tetapi pada budaya minum kopi, sudah muncul istilah baru untuk menyebut warung kopi dengan sebutan *coffee shop*. Gaya hidup yang lebih modern, dalam arti sudah mengikuti perkembangan zaman yang tidak mau ketinggalan. Perubahan gaya hidup ini paling mencolok jika dilihat yang terjadi pada masyarakat yang tinggal di kota-kota besar. Gaya hidup yang berubah itu tentang budaya minum kopi yang dahulu dan sekarang. Di kota-kota besar, bisa dikatakan cepat sekali mengikuti gaya hidup yang modern sehingga menikmati minuman kopi itu dijadikan suatu gaya hidup bagi masyarakat modern.⁴⁷

⁴⁷ Eti Syahriyanti. Ngopi dan ngeteh sebagian dari gaya hidup, Jogjakarta 2009: DIVA Press. Hlm 16

2.5. Profil Kedai Kopi *Combi Scription*

Budaya minum kopi yang awalnya berasal dari barat ini pun muncul sebagai salah satu kebutuhan yang tidak terlepas dalam kehidupan banyak orang terutama bagi para pecinta kopi, karena kopi bukan lagi sebagai minuman penghilang rasa kantuk, namun sudah menjelma menjadi sebuah gaya hidup. Meningkatnya permintaan akan kopi, memancing munculnya berbagai *brand* dan kedai-kedai kopi di sekitar masyarakat Bogor, pengunjung kedai-kedai kopi ini pun tidaklah sedikit, begitu pula dengan keuntungan yang di dapat oleh pemilik. Namun tidaklah semua pengunjung merupakan para penikmat kopi, melainkan hanya mencari suasana atau bahkan untuk menunjukkan status sosialnya saja. Tidak hanya itu, sejumlah tempat kedai-kedai kopi pun di design secara unik sehingga suasana minum kopi itu sendiri telah berkembang tidak hanya sebagai pemuas kebutuhan para pecinta kopi saja melainkan pula muncul sebagai trend atau gaya hidup.

Penulis memilih melakukan penelitian di kedai *Coffe Scription* sebagai tempat penelitian di kedai kopi ini, karena kedai kopi tersebut mempunyai konsep dan keunikan tersendiri yaitu dimana kebanyakan dari kedai kopi memiliki ruangan yang ber-AC tetapi kedai *Scription* mengusung konsep *go-green* dimana kedai kopi *scription* menggunakan berbagai macam daur ulang sebagai kursi dan mejanya yang diletakkan secara Outdoor atau pinggir jalan dan disaat kedai kopi lainnya menggunakan dapur dalam pengolahan menu yang disajikan, kedai ini menggunakan mobil VW Combi bekas buatan Jerman

dengan nuansa karat tak beraturan sebagai tempat pengolahan menu yang disajikan secara tradisional indonesia, dimana pemilik kedai kopi scription memberikan kupon promo disaat konsumennya jajan hingga diatas Rp 80,000,-. Hal tersebut dijadikan oleh pemilik kedai untuk menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke kedai tersebut. Kedai ini berdiri sejak akhir tahun 2014 yang berada di Jalan Sudirman Air Mancur (depan PUSDIK ZENI), Tanah Sereal Bogor. Berikut adalah pada tabel 2.2 penulis memaparkan daftar harga menu kopi beserta makanan ringan di kedai kopi scription tersebut

Tabel 2.2
Menu Harga Kopi dan Cemilan

No	Jenis Produk	Harga
1.	Kopi Lanang	Rp 20.000
2.	Kopi Lanang Jahe	Rp 21.000
3.	Kopi Lanang Pandan	Rp 21.000
4.	Kopi Lanang Madu	Rp 23.000
5.	Kopi Jawa	Rp 20.000
6.	Kopi Jawa Jahe	Rp 18.000
7.	Kopi Jawa Pandan	Rp 18.000
8.	Kopi Jawa Madu	Rp 22.000
9.	Kopi Linggau	Rp 18.000
10.	Kopi Linggau Jahe	Rp 16.000
11.	Kopi Linggau Pandan	Rp 18.000
12.	Kopi Linggau Madu	Rp 17.000
13.	Kopi Bogor	Rp 15.000
14.	<i>Coffee Blend</i>	Rp 22.000

No	Jenis Produk	Harga
1.	Jamur Kerispi	Rp 17.000
2.	Ayam Kerispi	Rp 18.000
3.	Usus Kerispi	Rp 17.000
4.	Tahu Kerispi	Rp 16.000
5.	Tempe Kerispi	Rp 15.000
6.	Singkong Goreng	Rp 15.000

Sumber: Olahan Data Lapangan, 2017

Pemilik kedai ini bernama Dede Lukmana, mahasiswa tingkat akhir di salah satu Universitas Swasta di Bandung. Kedai kopi ini berawal dari hobi pemilik yang menyukai kopi dan mengetahui bahwa kopi dari Indonesia terkenal di luar negeri karena memiliki keunikan tersendiri, akan tetapi tidak terkenal di Indonesia. Tujuan pemilik mendirikan kedai ini untuk mengenalkan budaya ngopi di Indonesia dan ingin masyarakat menghargai produk yang berasal dari Negerinya sendiri, nama dari kedai *coffe scription* ini berasal dari hobi pemilik yang menggemari mobil tua jenis VW Combi dan kata *scription* berasal dari inspirasi pemilik saat ia menyusun Skripsi. Target pasar kedai ini tidak hanya remaja sekitar kota Bogor tetapi banyak juga pengunjung dewasa yang berdatangan untuk menikmati kopi di kedai tersebut. Menu unggulan di kedai kopi *scription* salah satunya adalah kopi Linggau yang berasal dari Sumatera dan kopi Lanang berasal dari Jawa Timur. Media sosial Facebook, Instagram dan path menjadi tempat promosi kedai ini, serta kedai ini mengikuti ajang pameran kopi untuk berbagi informasi.

Setelah penulis berbincang – bicancang dengan pemilik kedai kopi tersebut ia berpendapat bahwa budaya ngopi di Indonesia khususnya yang berada di Bogor tidak lah terlihat, melainkan hanya sekedar mengikuti tren saja.

“ sebenarnya menurut gue budaya ngopi di Indonesia itu tidak kaya orang barat yang bener–bener pecinta kopi, tapi selama gue kuliah di Bandung masih banyak yang pecinta kopinya dari pada di Bogor ini yang hanya mengikutin tren saja atau hanya sebagai ajaka basa – basi di saat elo lagi nongkrong sama temen–temen lo dan di saat pas elo ngajakin gebetan elo aja”⁴⁸

Gambar 2.1

Wawancara dengan pemilik *coffe combi scription*



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2016

2.6. Profil Informan

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini harus memiliki subjek penelitian yang berguna untuk mencari keabsahan data secara mendalam yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, subjek penelitian terbagi

⁴⁸ Wawancara Dede Lukmana, tanggal 12 Desember 2015, 20:05 WIB

menjadi menjadi 3 bagian yaitu informan kunci, informan pendukung dan informan utama. Informan kunci, yaitu orang-orang yang memahami permasalahan yang diteliti, informan pendukung yaitu orang-orang atau pihak-pihak yang terkait secara langsung ataupun tidak langsung dalam pelaksanaan penelitian ini dan informan utama yaitu mereka yang terlibat langsung atau dalam hal ini adalah informan yang benar-benar memanfaatkan waktu luang di kedai kopi. Dalam penelitian ini, Informan yang akan penulis ambil sebanyak 8 informan diantaranya 1 orang informan kunci, 1 orang informan pendukung dan 6 informan utama. Berikut merupakan profil informan yang akan penulis jadikan sebagai sumber data dan klasifikasi informan:

Tabel 2.3
Klasifikasi Profil Informan

No	Nama	Umur	Pekerjaan	Jenis Informan
1	Dede Lukmana	24	Mahasiswa	Informan Kunci
2	Bapak Nana	35	PNS	Informan Pendukung
3	Puji Rahayu	23	Karyawan Swasta	Informan Utama
4	Oggy Wardhana	24	Mahasiswa	Informan Utama
5	Iqbal Hibatullah	23	Mahasiswa	Informan Utama
6	Eggy Moesly	22	Pengangguran	Informan Utama
7	Wisnu Aditya	19	Pengangguran	Informan Utama
8.	Rizky Arbain	24	Wirausaha	Informan Utama

Sumber : Analisis Peneliti, 2017

2.6.1. Dede Lukmana

Dede Lukmana adalah salah satu informan berjenis kelamin laki-laki yang menjadi informan kunci penulis. Dalam penelitian ini dede berstatus sebagai pemilik kedai kopi *Scription*. Dede juga merupakan Mahasiswa di salah

Universitas yang berada di Bandung. Kegiatan yang dilakukan saat ini ia menyusun Tugas Akhir Kuliah disamping itu pun ia meluangkan waktunya untuk membangun bisnis di kedai kopi yang dimilikinya.

Menurut pendapat informan kunci bahwa budaya minum kopi di Indonesia berbeda dengan budaya orang barat, ia mengatakan bahwa budaya minum kopi orang barat disebabkan karena mereka sebagai pecinta kopi. Berbeda dengan budaya kopi di Indonesia sebagian besar budaya tersebut di jadikan sebagai gaya hidup saja khususnya di kalangan remaja Bogor.

2.6.2. Bapak Nana

Pak Nana adalah salah satu informan berjenis kelamin laki-laki yang menjadi informan pendukung penulis. Dalam penelitian ini Pak Nana memiliki status menikah, Pak Nana memiliki status sebagai Pegawai Negeri di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif Kota Bogor. Penulis mengambil Pak Nana sebagai informan pendukung dikarenakan penulis merasa bahwa Pak Nana telah memasuki kategori informan pendukung yang penulis butuhkan untuk mencari data-data tempat *hangout* di Bogor sebelum menjamurnya kedai-kedai kopi pada saat ini dan memberitahu asal mula kedai-kedai kopi ini bermunculan.

2.6.3. Puji Rahayu

Puji rahayu adalah salah satu informan berjenis kelamin perempuan yang menjadi subjek penelitian ini. Puji dikategorikan sebagai informan dengan kategori usia remaja akhir. Puji pada saat ini bekerja sebagai karyawan swasta optik di salah satu pusat perbelanjaan kota Bogor. Puji mengatakan bahwa pada saat minum kopi di kedai kopi *scription* ia hanya sebatas ngobrol-ngobrol, ngomongin orang, gosip, dan mengenang masa-masa sama temen pada saat jaman sekolah.

2.6.4. Oggy Wardana

Oggy Wardana adalah salah satu informan berjenis kelamin laki-laki yang menjadi subjek penelitian ini. Oggy sebagai informan dengan kategori usia remaja akhir. Oggy pada saat ini merupakan seorang Mahasiswa Akhir di salah satu universitas Pancasila. Kegiatan yang dilakukan saat ini pun juga sedang melakukan tugas skripsinya yang hingga sampai saat ini juga belum dapat terselesaikan. Oggy mengatakan bahwa pada saat minum kopi di kedai kopi *scription* ia hanya untuk melepas penat dan senang untuk mencicipi makanan-makanan yang ada di kedai-kedai kopi di Bogor

2.6.5. Iqbal Hibatullah

Iqbal Hibatullah adalah salah satu informan berjenis kelamin laki-laki yang menjadi subjek penelitian ini. Iqbal sebagai informan dengan kategori usia remaja akhir. Iqbal pada saat ini merupakan seorang Mahasiswa Akhir di salah satu Universitas Negeri Jakarta. Kegiatan yang dilakukan saat ini pun juga

sedang melakukan tugas skripsinya yang hingga sampai saat ini baru dapat terselesaikan. Iqbal mengatakan bahwa pada saat masih menyusun skripsi ia selalu berdiam di kedai-kedai kopi maupun di kedai kopi scription ini, karena secangkir kopi bisa menghasilkan inspirasi untuk menyusun skripsi.

2.6.6. Rizky Arbain

Rizky adalah salah satu informan yang berjenis kelamin laki-laki yang menjadi subjek penelitian ini. Rizky sebagai informan dengan katagori usia remaja akhir. Rizky pada saat ini bekerja sebagai wirausaha di daerah kota Bogor. Rizky mengatakan pada saat minum kopi di kedai kopi ia selalu berdiam di kedai kopi pada jam pulang kerja untuk istirahat sejenak, berkumpul dengan teman, atau kengan bersama pasanagannya.

2.6.7. Eggy Moesly

Eggy adalah salah satu informan yang berjenis kelamin perempuan yang menjadi subjek penelitian ini. Eggy sebagai informan dengan katagori usia remaja akhir. Eggy pada saat ini berstatus pengangguran yang baru saja lulus kuliah di STIE Binaniaga Bogor pada bulan Januari kemarin. Eggy mengatakan selama pengangguran ini dia lebih sering menghabiskan waktu di kedai kopi untuk berkumpul bersama teman-temannya sambil reunian, sebatas nongkrong untuk melepas penat di rumah dan bertukar pikiran untuk membuka bisnis kecil-kecilan.

2.6.8. Wisnu Aditya

Wisnu adalah salah satu informan yang berjenis kelamin laki-laki yang menjadi subjek penelitian ini. Wisnu sebagai informan dengan katagori usia remaja akhir. Wisnu pada saat ini berstatus pengangguran yang baru saja lulus dari SMKN1 Cibinong pada tahun ini. Wisnu mengatakan bahwa ia pada sekarang-sekarang ini lebih senang menghabiskan waktu di kedai kopi *scription* ini untuk *sharing-sharing* pekerjaan bersama temannya, ngobrolin cewe, dan mencari wifi gratis.

2.7. Rangkuman

“Ngopi” pada awalnya merupakan sebuah aktivitas remaja untuk mengisi waktu luang mereka guna melepas kepenatan dari kegiatan rutinitas seharian di rumah, kampus maupun di kantor, dimana bila ada secangkir kopi bisa mencairkan suasana, mereka membutuhkan suasana yang santai dan tenang untuk meyegarkan kembali pikiran mereka dengan cara nongkrong ke kedai kopi setelah seharian berkuat dengan aktivitasnya. Namun dalam perkembangannya kedai kopi kini bukan hanya sebatas tempat untuk menyediakan kopi dan konsumennya pun tidak hanya menikmati kopi saja

Kedai kopi kini telah berubah haluan yang menjadi rumah kedua bagi remaja pada saat ini, karena ngopi mewakili banyak aktivitas dari mulai mengajak bisnis bareng, tukar pikiran dalam pekerjaan, memberikan informasi lowongan pekerjaan, reunion bersama teman lama, dan berbincang-bincang lainnya

BAB III

POLA BUDAYA “NGOPI” DALAM GAYA HIDUP DI KALANGAN REMAJA KOTA BOGOR

3.1. Pengantar

Bab ini akan menjawab beberapa pertanyaan rumusan masalah penelitian yaitu mengenai bagaimana pola budaya ngopi yang dilakukan oleh remaja kota Bogor. Gambaran tersebut akan dipaparkan menjadi beberapa sub bab. Sub bab yang pertama dimulai dari pengantar, sub bab kedua pola budaya gaya hidup ngopi, sub bab ketiga yaitu tentang pola konsumsi remaja kota Bogor pada saat ke kedai kopi *scription*, sub bab keempat tujuan menghilangkan penat, sub bab kelima merupakan sub bab penutup dari bab tiga ini yang akan dipaparkan rangkuman dari keseluruhan pembahasan mengenai pola gaya hidup ngopi dikalangan remaja Kota Bogor.

3.2. Motif Sosial di Kalangan Remaja

3.2.1. “Ngopi” Sebagai Tempat Ajang *Refreshing*

Bab ini akan menjawab beberapa pertanyaan rumusan masalah penelitian yaitu mengenai Bagaimana gaya hidup “ngopi” di kedai kopi *scription* dimaknai oleh remaja di Kota Bogor, dan mengapa kaum remaja lebih senang menghabiskan waktu senggang mereka ke kedai kopi. Tidak dipungkiri bahwa hidup atau tinggal di Kota sangatlah cukup melelahkan dibandingkan hidup di Desa yang jauh lebih tenang dan damai, hal ini menyebabkan

kehidupan di Kota membuat seseorang sampai ke titik jenuh pada masyarakat Kota terutama di Kota Bogor, bukan hanya permasalahan macet di kota besar, urusan pekerjaan, banyaknya masalah yang bisa membuat penat, atau kesibukan yang lain pun bisa membuat penat, sehingga masyarakat kalangan remaja Bogor khususnya membutuhkan dengan adanya *refreshing* sesaat untuk menghilangkan penat. Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Eggy Moesly.

“kalo gue pribadi sih kalo lagi penat karena lagi banyak masalah tujuan utama gue mending berdiam diri di kedai kopi di bandingkan gue harus diem di rumah yang ada makin mumet, kan kalo berdiam diri di kedai kopi bisa lebih sedikit terhibur lah apalagi kalo sambil nikmatin kopi dan nikmatin musik akustikan pikiran jadi lebih rilex”⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa selama ratusan tahun kebiasaan minum kopi sudah menjadi tradisi, yang awalnya kopi hanya sebatas minuman di pagi hari dan untuk menghilangkan rasa ngantuk, namun kini kopi bukan hanya disajikan untuk menghilangkan rasa ngantuk atau memulai aktivitas di pagi hari, tetapi sudah menjadi kebiasaan minuman wajib bagi kalangan remaja dalam pertemuan yang hanya sekedar untuk bersantai saja atau untuk menikmati suasana nongkrong yang lebih menenangkan diri disaat melepas penat.

Salah satu kebutuhan remaja adalah sosialisasi diri dalam pergaulan sebayanya. Maka tidak jarang kedai kopi dan *cafe* menjadi tempat-tempat yang dituju untuk memenuhi kebutuhan sekunder maka dari itu dalam hal ini, *cafe*

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Eggy Moesly. Pada hari Sabtu, 26 Maret 2016

dan kedai kopi dengan harga terjangkau masih menjadi andalan bagi para remaja. Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Puji Rahayu

“Biasanya kalo lagi jenuh kalo ada temen yang ngajak kumpul perginya ke tempat ngopi tapi kalo dapet hari libur yang aga panjang perginya ke tempat-tempat alam gitu”⁵⁰

Hal ini dapat dilihat dari maraknya fenomena kemunculan coffee shop, atau yang akrab di telinga kita biasa disebut kafe, yang bergeser makna. Kini orang pergi ke kedai kopi tidak hanya untuk mencicipi kopi khas kopi dari kedai kopi itu sendiri, melainkan untuk sekedar nongkrong dan bersantai dengan kelompoknya

3.2.2. Penikmat Kedai Kopi sebagai Pelaku Motif Sosial

Bila kita lantas mencermati gambaran yang lebih umum sekarang ini, kedai-kedai kopi telah berkembang sangat pesat, menandakan Perkembangan tersebut tumbuh di masyarakat modern saat ini adalah bahwa kopi dibutuhkan untuk menjaga konsentrasi seseorang yang sedang asik bekerja, tetapi adanya indikasi mengarah pada pergeseran pola konsumsi remaja yang mana pada mulanya ke kedai kopi guna mencairkan pikiran. Hal ini memungkinkan mengarah pada pergeseran pola konsumsi ke arah budaya dan gaya hidup konsumeris di era modern saat ini, dari mulai *budget* Mahasiswa/i, penganggu yang masih mencari pekerjaan maupun yang masih menunggu awal mulai kuliah, dan budget orang yang sudah bekerja dari tingkatan prestise yang tertinggi hingga tidak mepedulikan prestise sama sekali.

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Puji Rahayu. Pada hari Minggu, 27 Maret 2016

Sejalannya perkembangan zaman di era modern ini konsumsi kopi di masyarakat mulai bertambah pesat dan kedai-kedai kopi mulai bersaing untung menarik pelanggan salah satunya dengan menambahkan free wifi di kedai kopi tersebut. Oleh sebab itu banyak masyarakat yang menghabiskan waktunya untuk menyelesaikan tugas-tugas pribadi dari kalangan pekerja atau mahasiswa yang di dukung oleh free wifi yang disediakan dari kedai kopi. Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Iqbal Hibattullah

Gambar 3.1
Iqbal Hibattullah, salah satu pengunjung kedai kopi scription



Sumber: Dokumentasi Penelitian 2017

“yaa gue pribadi waktu masih nyusun skripsi pasti gue selalu coffe trip di daerah jakarta, bekasi, ato bogor soalnya menurut gue adanya secangkir kopi bisa menghasilkan inspirasi buat analisa skripsi gue, dibanding kalo gue ngerjain di rumah skripsi gue jadi terbengkalai”⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa pada saat ini perkembangan kedai kopi di indonesia khususnya di Kota Bogor, hal ini

⁵¹ Hasil wawancara dengan Iqbal Hibattullah. Pada tanggal 27 Maret 2016

berpengaruh terhadap munculnya kedai-kedai kopi baru yang pada saat ini sudah mulai menjamur. Hal tersebut membuat rasa penasaran kalangan remaja Kota Bogor, tidak sedikit remaja Kota Bogor yang datang ke kedai kopi hanya ingin mengetahui menu yang disediakan oleh kedai dan suasana kedai kopi tersebut. Disamping itu remaja hanya untuk santai menghirup udara segar, browsing internet, ataupun ngobrol dengan teman dan rekan kerjanya.

Berbeda dengan informan yang sebelumnya, Rizky Arbain seorang Wirausaha di kota Bogor juga memiliki alasan tersendiri untuk mengunjungi kedai kopi karena menyukai suasananya

“biasanya sih gue kalo pulang kantor selalu nyempetin ke kedai kopi untuk ngelanjutin kerjaan gue yang di kantor jeng karena biasanya kalo gue anteng ngerjain di tempat kopi kerjaan gue cepet selsainya di banding di kantor, terus gue setiap weekend pasti selalu nyempetin buat ngajak cewe gue untuk ngopi di kedai scription ini”⁵²

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa kedai kopi pun tidak hanya untuk mengeluarkan ide-ide cemerlang sembari menekan tuts-tuts keyboard saja tetapi kedai kopi pun dapat menjadi tempat kencan yang menarik, sensai kenikmatan dipadukan dengan nuansa romantis merupakan tawaran tersendiri bagi orang-orang khususnya dikalangan remaja untuk berkencan di kedai kopi. Jelas sekali bahwa pengaruh kopi terhadap pembentukan budaya dan gaya hidup masyarakat cukup kental, jika cinta di katakan berawal dari mata ke hati, maka kopi membentuk interaksi sosial manusia dari mulut turun ke tangan,

⁵² Hasil wawancara dengan Angga Pino. Pada tanggal 27 Maret 2016

berjabat tangan, bersama mengenal kehidupan karena kenikmatan akan menjadi lebih indah ketika bisa dirasakan bersama.

Menjamurnya kedai-kedai kopi di bogor, para owner kedai-kedai kopi berlomba-lomba mendisign kedai kopinya dengan berbagai macam ornamen dinding dan furniture, sehingga masyarakat kota bogor khususnya remaja tertarik dengan rasa ingin tahunya untuk mengunjungi kedai kopi tersebut. Disamping itu remaja bogor bukan hanya untuk menikmati kopi saja, melainkan hanya untuk mengikuti tren masa kini. Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Puji Rahayu

“Biasanya kalo di tempat kopi sambil ngopi-ngopi tuh kita ngobrol-ngobrol, foto-foto buat di upload di instagram atau share di path, ngomongin orang, gosip, kalo engga mengenang – ngenang sama temen pas masa sekolah”⁵³

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa dalam perkembangan kedai kopi pada saat ini berubah haluan yang tadinya hanya sekedar kedai biasa dan untuk orang minum kopi guna menahan ngantuk, tetapi pada saat sekarang berubah fungsi menjadi ajang ngomongin orang, foto – foto dan *hangout*.

Adanya berbagai kedai kopi yang menjamur di bogor, sehingga menjadi tempat singgah atau berkumpulnya anak-remaja untuk berdiskusi. Disamping itu kedai kopi juga memberikan inspirasi dari berbagai aspek terutama untuk anak-remaja khususnya di bogor yang ingin menjadi pengusaha

⁵³ Hasil wawancara dengan Puji Rahayu. Pada hari Minggu, 27 Maret 2016

muda dan menjadikan kedai kopi sebagai usaha mereka. Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Puji Rahayu

Jaman sekarang dan banyak alasan kenapa memilih ke kedai kopi sebagai tempat berkumpul bersama teman, rekan bisnis maupun keluarga. Kedai kopi yang harganya terjangkau lebih murah dibanding kita harus ke coffe shop yang menjual nama besar (terkenal) karena “ngopi” bisa saja di angkringan yang menawarkan harga jauh lebih murah lagi dibandingkan dengan harga di kedai kopi yang Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Eggy Moesly

“biasanya sih gue kalo ke kedai kopi ngumpul sama temen- temen sekalian reunion sama temen sekolah, ngilangin rasa bete gue pas dirumah jadi selama masih pengangguran lebih banyak waktu untuk main dan gue kalo lagi kumpul selalu berangan-angan sama temen gue untuk buka usaha bisnis kecil-kecilan ya semacam kaya buka kedai kopi gini deh”⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa dalam perkembangan kedai kopi pada saat ini memberikan ide kreatif, karena di tempat ngopi kita bisa bertemu dengan banyak karakter orang yang berbeda bisa menjadi inspirasi buat kita, dimana tempat ngopi menawarkan konsep yang berbeda-beda sehingga muncul ide-ide yang tadinya tidak terpikirkan, karena sempitnya lapangan pekerjaan. Hal ini menjadi faktor utama semua pengusaha muda untuk memulai bisnis yang memiliki peluang bagus salah satunya dari bidang perkopian tersebut. Dari awalnya hanya berkumpul dengan teman-teman menjadi membicarakan konsep untuk memulai bisnis

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Puji Rahayu. Pada hari Minggu, 27 Maret 2016

Keberadaan kedai kopi tidak bisa hanya dilihat sebagai sebatas tempat berkumpul menghabiskan waktu luang, ada pola-pola yang membentuk gaya hidup, unsur budaya. Misalnya pola itu dapat kita lihat pada pilihan waktu yang digunakan untuk minum kopi, untuk mendatangi warung kopi, jika di Eropa kedai-kedai kopi pada jam-jam setelah sarapan, biasanya di waktu pagi dan waktu istirahat sehingga sering kita kenal istilah *coffee break*⁵⁵ sementara di Indonesia seperti penulis perhatikan pada malam hari lebih banyak digunakan untuk duduk-duduk berkumpul sambil menyeruput kopi, jika dulu kedai kopi hanya sebatas menyediakan ruang publik tempat berkumpul saja. Tetapi pada saat ini kedai kopi menawarkan fasilitas sambungan internet (*wifi*) sehingga remaja merasa nyaman berdiam menghabiskan waktu di kedai kopi seperti berada di rumah sendiri. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara kepada salah satu informan yang bernama Wisnu Aditya

⁵⁵ Eka Saputra. 2008, *Kopi: Dari Sejarah, Efek Bagi Kesehatan Tubuh dan Gaya Hidup*. Harmoni Penembahan. Yogyakarta. Hlm 74

Gambar 3.2.
Wisnu Aditya, salah satu pengunjung kedai kopi Scription



Sumber Dokumentasi Peneliti, 2017

“kalo gue sih ke kedai kopi selama masih nganggur, gue selalu ke tempat kopi buat cari-cari lowongan kerja ya seperti kaka tau sendiri biasanya kalo main-main ketempat kopi wifinya jarang ada yang lemot, habis itu di sela-sela nyari lowongan kerja pasti ada bahan buat ngegosipin cewe hehe”⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa kedai-kedai kopi sekarang ini banyak disinggahi oleh anak-remaja dengan minum kopi sembari menikmati akses internet gratis untuk mencari informasi maupun menjelajahi dunia maya. Disamping itu juga remaja tidak hanya menikmati internet saja tetapi tidak lepas untuk menggosipi orang lain.

3.3. Pola Konsumerisme Remaja Kota Bogor

Seiring perkembangan kopi membutuhkan sarana dan prasarana guna memfasilitasi dan memudahkan para penikmat kopi mendapatkannya, semisal saja kita membutuhkan obat maka secara otomatis kita akan pergi ke apotik,

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Wisnu Aditya. Pada hari Sabtu, 26 Maret 2016

jika kita butuh kita hiburan kita bisa ke bioskop atau diskotik, jika kita membutuhkan barang atau makanan konsumsi yang cepat saji (fast food) kita bisa ke mall, circle K, Indomaret, Alfamart, KFC, Mcdonald, Dunkin donuts, dan lain-lain. Diantaranya ada yang buka sampai 24 jam. Hal ini semua guna memenuhi kebutuhan konsumsi konsumen di era modern seperti sekarang yang semuanya membutuhkan sesuatu yang instan serba cepat dan praktis. Semacam ini juga tidak jauh berbeda dengan masalah seputar kopi di kota Bogor, cafe dan kedai kopi menjamur semakin subur karena semakin pesatnya para penikmat kopi di kota Bogor, maka dibutuhkan tempat untuk menyediakan dan memfasilitasi akan masalah seputar budaya ngopi ini.

Kedai kopi saat ini sudah menjadi konsumsi simbolik dari kalangan remaja di kota Bogor, dimana mayoritas pengunjung dari kedai kopi berasal dari kalangan remaja. Biasanya para pengunjung kedai kopi tersebut melakukan berbagai kegiatan seperti nongkrong, mengerjakan tugas kuliah atau kantor, janji-janji atau hanya untuk menikmati produk-produk yang terdapat di kedai kopi tersebut. Konsep dari kedai kopi pun juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan orang-orang mengunjungi kedai kopi, hal itu terlihat melalui tindakan-tindakan yang dilakukan oleh kebanyakan remaja pengunjung kedai kopi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara kepada salah satu informan yang bernama Puji Rahayu

Gambar 3.3
Puji Rahayu, pengunjung kedai kopi *Scription*



Sumber: Dokumentasi penelitian 2017

“gue kalo lagi nongkrong sih bisa tiga kali dalam seminggu, terus biasanya gue kalo tiap ngopi menghabiskan engga sampe cepek lah.... soalnya yang gue pesen palingan cuman coffe blend, jamur krispi, sama usus krispi”⁵⁷

Biasanya puji datang ke kedai kopi memesan coffe blend, jamur krispi, dan usus kerispi yang notabenenya menghabiskan Rp. 71.000,- setiap kali datang mengacu kepada daftar harga kedai kopi *scription* pada tabel 2.2. Puji merupakan salah satu konsumen dari kedai kopi *scription* yang rutin berkunjung. Ia rutin nongkrong di kedai kopi hingga sampai 3 kali dalam seminggu.

“ya gue sih pendapatan gue tiap bulan sih ya standart umr bogor lebih dikitlah, kalo di itung-itung ya cukup engga cukup sih pinter-pinternya kita ngantur duitnya aja hehe”

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Puji Rahayu. Pada hari Minggu, 27 Maret 2016

Jika dilihat berdasarkan hasil wawancara diatas puji memiliki pendapatan sekitar kurang lebih Rp 3.300.000,- hal itu bila dilihat dengan patokan UMR kota Bogor sebesar Rp 2.800.000,- dan ditambah tunjangan transportasi dan uang makan.

Fenomena ini menandakan adanya indikasi mengarah pada pergeseran pola konsumsi remaja saat ini, yang mana pada mulanya ke kedai kopi untuk minum kopi guna mencairkan pikiran setelah seharian berkegiatan dengan rutinitas yang seharian setelah beraktivitas. Hal saat ini bisa memungkinkan mengarah pada pergeseran pola konsumsi ke arah budaya dan gaya hidup konsumen di era masa modern saat ini.

Budaya nongkrong merupakan salah satu alasan remaja menjadikan kedai kopi ini sebagai wahana interaktif dalam berkumpul secara berkelompok keuntungan yang dihasilkan dari banyaknya remaja yang senang nongkrong adalah munculnya peluang berbisnis bersama teman dekatnya untuk membuka usaha kedai kopi maka inilah yang menjadi kedai kopi menjamur di Kota Bogor. Dalam hal ini adanya sebuah bentuk budaya gaya hidup ngopi pada saat jaman modern ini banyak pengusaha muda yang ingin membuka usaha. Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Eggy Moesly

Gambar 3.4.
Eggy Moesly, pengunjung kedai kopi *Scription*



Sumber: Dokumentasi Penelitian 2017

“kalo gue sih cuman jumat sampe minggu aja kalo buat ngopi-ngopi cantik doang , terus tiap sekali dateng buat ngopi engga lebih dari 100rb tapi diatas 50rb hehe soalnya yang gue juga cuman coffe blend, kopi jawa madu sama ayam kerispi”⁵⁸

Biasanya Eggy Moesly datang ke kedai kopi memesan *coffe blend*, kopi jawa madu dan ayam kerispi yang notabenennya hanya mengkocek dari dompetnya Rp 62,000,- untuk sekali datang ke kedai kopi *scription*.

“ya kalo masalah pendapatan sih berhubung gue masih nganggur jadi ngandelin dapet uang dari event-event spg dulu aja sekali event juga cuman 400rb perhari tapi kalo engga ada event minta duitnya ke nyokap kalo cuman buat ngopi”⁵⁹

Jika dilihat berdasarkan hasil wawancara diatas Eggy Moesly untuk saat ini hanya mengandalkan uang dari hasil kerjanya di event-event spg atau hanya meminta kepada orangtuanya

Saat kantor menjadi tempat menjemukan untuk menghasilkan ide-ide cemerlang, maka kedai kopi dipilih beberapa orang menjadi “rumah” tempat produktivitas mengalir deras. Meski tidak terlalu tenang dan cenderung berisik

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Eggy Moesly. Pada hari Sabtu, 26 Maret 2016

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Eggy Moesly. Pada hari Sabtu, 26 Maret 2016

suasana *coffee shop* dinilai sempurna untuk memicu otak berpikir lebih cemerlang. Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Rizky Arbain

“Hampir setiap gue pulang kerja pasti melipir dulu ke tempat kedai-kedai kopi kaya kopi scription gini... kalo gue pribadi sih buat sekali ngopi disini cuman ngeluarin 50rb doang buat sekali dateng soalnya gue cuman mesen kopi lanang madu dan kopi jawa madu”⁶⁰

Biasanya Angga Pino datang ke kedai kopi memesan kopi lanang madu dan kopi jawa madu, yang notabenenya hanya menghabiskan Rp. 50.000,- setiap kali datang mengacu kepada daftar harga kedai kopi scription pada tabel

2.2. Puji merupakan salah satu konsumen dari kedai kopi scription yang rutin berkunjung. Ia rutin nongkrong di kedai kopi hingga sampai setiap hari dalam seminggu.

Hehe kalo ditanya pemasukan gue setiap bulan sih malu bilang soalnya pemasukan gue tiap bukan cuman standart umr jakarta aja...Kalo selama ini sih kurang terus buat biaya hidup gue tiap bulan, tapi kalo pas duit gue abis di tengah bulan minjem duit dulu ke orang tua hehe entar kalo udah gajian langsung gue ganti uangnya⁶¹

Jika dilihat berdasarkan hasil wawancara diatas Angga memiliki pendapatan sekitar kurang lebih Rp 3.200.000,- hal itu bila dilihat dengan patokan UMR kota Jakarta

Seiring perkembangan kopi membutuhkan sarana dan prasarana guna memfasilitasi dan memudahkan para penikmat kopi mendapatkannya, berbagai konsep telah di usung oleh kedai-kedai kopi guna memberi kenyamanan bagi

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Angga Pino. Pada hari Jumat, 25 Maret 2016

⁶¹ Hasil wawancara dengan Angga Pino. Pada hari Jumat, 25 Maret 2016

pengunjung atau konsumen yang hanya ingin sekedar meminum kopi dan sebagainya. Berikut merupakan salah satu hasil kutipan dengan Oggy Wardana

Gambar 3.5
Oggy Wardana, salah satu pengunjung kedai kopi scription



Sumber: Dokumentasi Penelitian 2017

“Kalo gue sendiri karena udah terlalu suntuk dirumah selalu buka laptop buat nyusun skripsi yang engga kelar-kelar pasti tiap malem gue selalu keluar buat refresh otak ke kedai kopi untuk kulineran makanannya pas malam dari kedai kopi satu ke kedai kopi lainnya jadi engga sekedar ngopi aja”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa kedai-kedai kopi sekarang ini banyak disinggahi oleh anak-remaja dengan minum kopi sembari ajang relaksasi bagi pengunjung yang sekedar menghilangkan penat akan kesibukan-kesibukan sebelumnya.

3.4. Rangkuman

Apabila kita berbicara mengenai kopi, maka tidak terlepas dengan tempat yang nyaman atau menjual aneka minuman kopi yaitu kedai kopi, saat ini sebagian remaja memiliki minat yang besar dalam mengunjungi tempat ini dan dapat dikatakan tempat ini menjadi salah satu pilihan *favorite* yang

⁶² Hasil wawancara dengan Oggy Wardana. Pada hari Jumat, 25 Maret 2016

digemari oleh semua kalangan. Bagi di kalangan remaja mengunjungi kedai kopi telah menjadi kebutuhan dan kebiasaan. Salah satu contohnya yakni kebiasaan aktivitas mengkonsumsi minuman kopi yang menjadi salah satu kebutuhan bagi sebagian remaja yang ingin mengisi waktu luang setelah menjalani rutinitas.

Gejala kedai kopi sebagai gaya hidup di kalangan remaja disebabkan banyak faktor baik psikologis maupun sosial. Sepanjang tidak menjurus kepada hedonisme, gejala itu dapat dinilai sebagai suatu gejala dan respon yang normal dari para remaja terhadap keadaan dan tuntutan hasrat dirinya. Pada saat ini kedai kopi sudah mengalami pergeseran makna, yang mana mengunjungi kedai kopi bukan hanya sebagai tempat sebagian orang melakukan aktifitas konsumsi akan tetapi mengunjungi kedai kopi sudah menjadi dari bagian gaya hidup bagi sebagian dari remaja khususnya di Kota Bogor.

BAB IV

TERBENTUKNYA BUDAYA “NGOPI” SEBAGAI TREN DI KALANGAN REMAJA KOTA BOGOR

4.1. Pengantar

Pembahasan di dalam bab IV merupakan hasil analisis penulis mengenai analisis masyarakat konsumsi simbolik terhadap gaya hidup masyarakat remaja Bogor untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua dalam penelitian ini. Keseluruhan analisis yang dilakukan merupakan perpaduan antara temuan penelitian di lapangan dengan teori dan konsep dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai penelitian ini.

4.2. Kedai Kopi Sebagai Arena Konsumsi Simbolik Remaja Kota Bogor

Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat. Tradisi minum kopi terutama di pagi hari adalah menjadi kebiasaan masyarakat pada setiap harinya. Namun, saat ini tidak hanya di pagi hari saja, di sela-sela aktivitas dan jadwal yang padat masyarakat lebih memilih untuk berkumpul dan minum kopi, misalnya pada jam istirahat siang untuk menjadi teman menghabiskan waktunya. Tradisi minum kopi tidak hanya sekedar untuk melepas dahaga, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti reuni, kencan, mengerjakan tugas, dan lain-lain.

Salah satu tokoh yang membahas mengenai teori sosiologi mengenai konsumsi adalah Throstein Veblen. Didalam buku *Handbook Teori Sosial* karya George Ritzer mengatakan bahwa Veblen dalam Tulisanya di *The Theory of the Leisure Class* dikenal karena model historisnya tentang perubahan dari conspicuous leisure (pemborosan waktu) ke conspicuous consumption (pemborosan uang).⁶³ Di dalam kebudayaan konsumerisme dewasa ini, konsumsi tidak lagi bersifat fungsional yaitu, pemenuhan kebutuhan dasar manusia. Kini, lebih dari itu konsumsi bersifat materi sekaligus simbolik.

Selain itu, menurut Jean Baudrillard, tujuan konsumsi merupakan paksaan dan dilembagakan bukan sebagai hak atau sebagai kesenangan, tetapi sebagai *tugas (devoir)* dari warga negara.⁶⁴ Dari hal ini jelas bahwa kegiatan “ngopi” seolah telah menjadi tugas atau kewajiban bagi masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Jika kegiatan “ngopi” tidak dilakukan secara tidak langsung masyarakat, khususnya remaja merasa bahwa telah meninggalkan suatu kewajiban. Hal ini seperti yang dikatakan oleh salah satu informan alasan minum kopi adalah untuk mendapat inspirasi mengerjakan skripsi, supaya tidak bosan di rumah.

Masyarakat modern di kalangan remaja adalah masyarakat konsumtif, masyarakat yang terus menerus berkonsumsi, namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi hanya sekedar kegiatan yang berasal dari produksi. Konsumsi tidak

⁶³ George Ritzer & Barry Smart, 2011, *Handbook Teori Sosial*, Bandung: Nusa Media, hlm 817

⁶⁴ Jean Baudrillard, 2015, *Masyarakat Konsumsi*, Yogyakarta; Kreasi Wacana Offset. Hlm 89

sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar manusia. Fenomena masyarakat konsumsi sudah terjadi pada masyarakat perkotaan khususnya di Kota Bogor ini, karena didorong oleh faktor ekonomi, berbagai perkembangan budaya konsumsi ditandai dengan berkembangnya gaya hidup pada masyarakat perkotaan, seperti, *ngemall*, *clubbing* dan *hangout* dari kedai kopi satu ke kedai kopi lainnya adalah beberapa contoh gaya hidup yang nampak menonjol saat ini

Selain itu pada saat *hangout* dari kedai kopi satu ke kedai kopi lainnya, mereka lebih sering meng-eksplora segala kegiatan di kedai kopi tersebut dengan cara meng-update status di berbagai media sosial seperti *intagram*, *path*, dan *facebook*. Aktivitas tersebut yang dilakukan merupakan bagian dari konsumsi simbolik. Konsumsi simbolik dalam masyarakat modern sebagai gaya hidup yang seolah-olah harus dilakukan. Citra diri seperti ini menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial di tengah masyarakat modern khususnya di kalangan remaja.

Pengertian diatas tersebut memberikan frame untuk memahami kenapa masyarakat dikalangan remaja terus menerus berkonsumsi, seperti misalnya bila remaja bogor ingin terlihat lebih *up to date* atau terlihat gaul maka setiap ada kedai-kedai kopi yang baru buka langsung dikunjungi. Hal tersebut karena yang kita ingin beli bukan hanya sekedar menyicipi kopi dan makanannya akan tetapi nilai pencitraan, misalnya ingin dilihat orang lain sebagai anak *gaul*, kelas menengah atas, dan mengikuti perkembangan yang sedang menjadi nilai *trend-* nya saat ini.

4.3. Budaya “Ngopi” Sebagai Gaya Hidup Remaja Kota Bogor

Pada awalnya remaja yang berkumpul di kedai kopi hanyalah sebatas aktivitas untuk mengisi waktu luang dan beristirahat. Namun perkembangannya ngopi menjadi sebuah gaya hidup yang terus berkembang. Gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat. Gaya hidup menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat. Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut modernitas. Maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain, gaya hidup membantu memahami apa yang orang lakukan, mengapa orang melakukannya, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. Gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu. Menurut Bilson Sinamora gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.⁶⁵

Pola dan gaya hidup kaum remaja pada saat ini sedang mengalami perubahan, seperti meningkatnya aktivitas kehidupan sosial, sehingga sering kali membuat remaja menghabiskan waktu di luar bersama anggota dan kelompok sosial mereka. Berkumpul atau nongkrong setelah menjalani berbagai aktivitas bukan hal yang asing lagi bagi remaja. Kehidupan sosial

⁶⁵ *Op.Cit.* Hlm10

membuat remaja Bogor menjadi remaja yang cepat beradaptasi dan cepat terpengaruh oleh berbagai hal termasuk dapat dipengaruhi oleh kelompok-kelompok yang terbentuk. Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain seperti keluarga, pasangan, dan teman.

Dewasa ini, remaja lebih memilih untuk menghabiskan waktu senggangnya dengan *hangout* di kedai kopi atau restoran untuk sekadar berkumpul bersama teman-teman. Mengunjungi kedai kopi telah menjadi kebiasaan bagi sebagian remaja. Aktivitas tersebut biasanya dilakukan setelah bekerja, kuliah atau setelah aktivitas penting lainnya.

Hal ini bertujuan untuk melepas penat, yaitu dengan berkunjung ke kedai kopi, kemudian berdiam diri dapat menghibur diri sekaligus menikmati alunan musik akustik dan menikmati suasana yang lebih tenang di kedai kopi. Bagi sebagian remaja aktivitas ini dapat membuat pikiran menjadi *rilex*, dan pikiran menjadi *fresh*.

Selain itu berkunjungnya sebagian remaja ke kedai kopi untuk mengerjakan tugas kuliah atau kantor sembari minum kopi. Tugas kuliah yang sebagian mereka kerjakan diantaranya adalah mengerjakan skripsi, makalah, laporan kerja dan tugas karya ilmiah lainnya. Karena dengan mengerjakan di kedai ini ia mmendapat inspirasi tersendiri sehingga tugas yang dikerjakan cepat selesai.

Salah satu tujuan lain berkunjung ke kedai kopi yaitu untuk menghabiskan waktu bersama teman, *hangout*, “nongkrong”. Disaat ngumpul bersama teman, hal yang sering dilakukan adalah ngobrol, saling bercanda/bersenda gurau, reuni teman sekolah dan berfoto-foto. Suasana seperti inilah yang menjadi pilihan remaja untuk berkumpul, dan kedai menjadi arena interaksi sosial bagi remaja. Kemudian bagi remaja yang sudah mempunyai pasangan, tidak jarang para remaja menjadikan kedai kopi sebagai tempat berkencan/ berpacaran. Sehingga Munculnya kedai-kedai kopi menjadi pilhan baru bagi remaja Kota Bogor.

Keberadaan kedai kopi ini bukan hanya sekedar tempat untuk meminum kopi tetapi memberi fasilitas lain yang dapat menguntungkan para pengunjung. Hal yang paling menguntungkan bagi pengunjung yaitu tersedianya fasilitas *wi-fi*. Dengan adanya fasilitas *wi-fi* ini, pengunjung menjadi senang berlama-lama di kedai kopi. Sebagian dari mereka memanfaatkan fasilitas wifi untuk mencari lowongan kerja di media sosial, *browsing* internet, *men-download* lagu-lagu dan film.

Sedangkan dari berbagai aktivitas yang dilakukan remaja, kedai kopi menjadi tempat untuk ajang untuk meng-*explore* diri di media sosial seperti di intagram, path, facebook, dan twitter. Maka kita dapat melihat bahwa eksistensi kedai kopi bukan hanya tidak lagi sebagai tempat minum kopi saja. Akan tetapi kedai kopi pada perkembangannya saat ini menjadi arena sosial untuk

melakukan berbagai interaksi sosial. Baik interaksi sosial nyata maupun interaksi sosial di dunia maya.

Chaney mengatakan bahwa gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama teman-temannya, ada yang senang menyendiri, melakukan aktivitas yang dinamis, dan ada pula yang memiliki dan waktu luang dan uang yang berlebih untuk kegiatan interaksinya. Gaya hidup juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang.⁶⁶

Berdasarkan yang dijelaskan oleh Chaney, budaya “ngopi” telah menjadi pilihan tersendiri terutama bagi kalangan remaja, namun kalangan remaja tidak menikmati kopi sebagai pilihan utama akan tetapi, tempat “ngopi” tersebut hanya sebagai pilihan utama untuk mengisi waktu luang, *ngumpul* bersama teman-temannya dan mengajak *gebetan*. Hal ini seperti yang dikatakan oleh pemilik kedai kopi:

4.4. Perilaku Konsumtif Sebagai Gaya Hidup “Ngopi”

Sosiologi konsumsi tidak hanya dipandang bukan sekedar pemenuhan kebutuhan dasar manusia yang bersifat fisik dan biologis manusia, konsumsi berhubungan dengan masalah selera, motif sosial, dan gaya hidup. Selera sebagai sesuatu yang bisa berubah pada suatu konsumsi simbolik suatu barang dan tergantung persepsi orang lain.

⁶⁶ Chaney, Op.cit. hlm 49

Remaja yang ingin dianggap keberadaannya dan ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dan teman-temannya dengan berperilaku konsumtif demi mengikuti gaya hidup seperti halnya mendatangi kedai-kedai kopi yang baru untuk bersenang-senang untuk berkumpul dengan kelompok mainnya. Dengan adanya kedai-kedai kopi tersebut memudahkan masyarakat terutama remaja untuk berperilaku konsumtif demi mengikuti gaya hidup

Chaney mengatakan hal ini merupakan penyalahgunaan gagasan tentang gaya hidup, sementara itu gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, masing-masing merupakan gaya, tata krama, tempat yang mereka tuju, dan waktu tertentu yang merupakan ciri khas atau karakteristik, tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka.⁶⁷ David Chaney juga menjelaskan bahwa seiring dengan perkembangan *life style* identitas sangat penting sebagai pelengkap dari life style itu sendiri. Gaya hidup sebagian dari remaja cenderung berorientasi pada nilai kebendaan dan prestise.

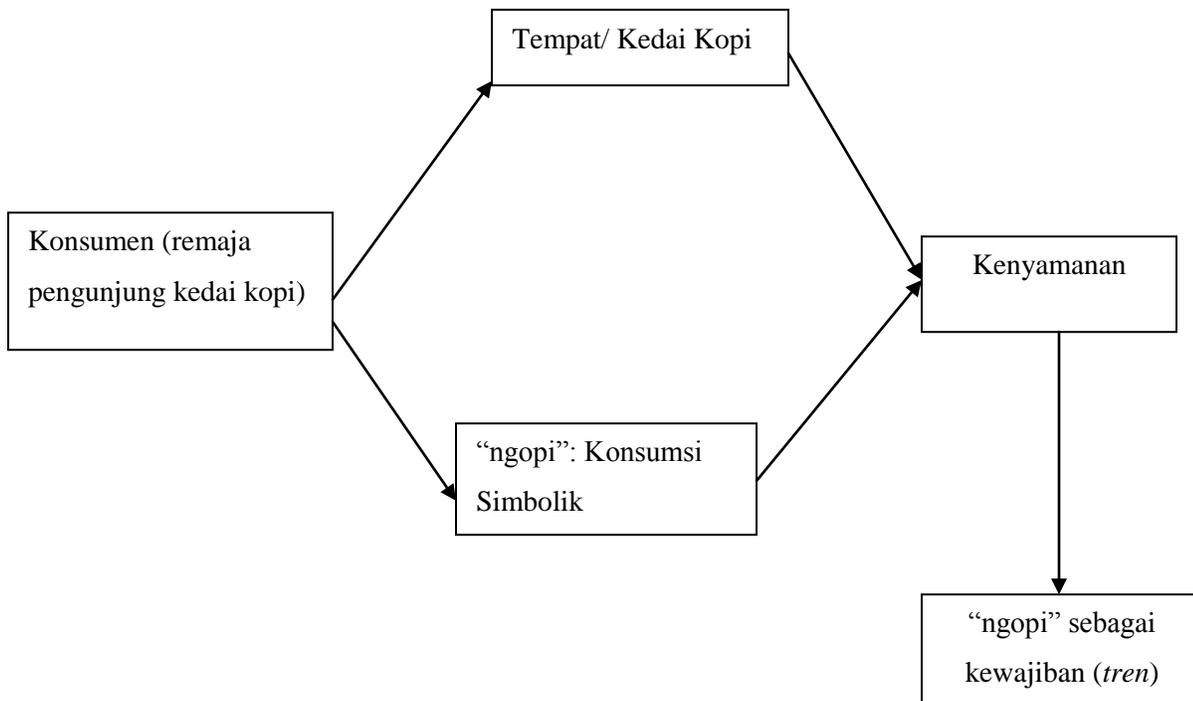
Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana seseorang hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup sering kali digambarkan melalui kegiatan, minat, motif dan opini seseorang. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen. Perubahan gaya hidup akan merubah pola konsumsi seseorang.

⁶⁷ Chaney, Op.cit. hlm 41

Menurut Baudrillard dalam logika tanda, seperti dalam logika simbol-simbol, objek-objek tidak lagi dihubungkan dengan fungsi atau dengan kebutuhan yang nyata. Hal ini benar karena objek menjawab semua hal lain yang merupakan logika sosial maupun logika keinginan, yang mereka gunakan sebagai ruang lingkup yang berubah-ubah dan tidak sadar akan artinya.⁶⁸ Maka dari itu, kedai kopi memberikan layanan tersendiri selain sebagai tempat minum kopi tetapi pengunjung dapat menikmati beberapa fasilitas yang ada seperti wi-fi, kenyamanan, memberi inspirasi dan interaksi sosial. Dari beberapa fasilitas tersebut ternyata menjadi objek tertentu bagi remaja yang berkunjung ke kedai kopi karena dapat menjawab logika keinginan dari masyarakat khususnya remaja pada zaman sekarang yang menginginkan tempat berkumpul yang menyediakan dengan berbagai fasilitas. Sehingga mereka tidak sadar akan makna meminum kopi yang sesungguhnya tetapi tempat dan fasilitas tersebut sebagai pilihan utama seperti yang dikatakan oleh Chaney. Peneliti merasa adanya dialektika antara ‘kewajiban’ seperti yang diutarakan oleh Baudrillard dengan ‘pilihan’ yang diutarakan oleh David Chaney. Berikut

⁶⁸ *Op.Cit.* Hlm 85

Skema 4.1.
Budaya “ngopi” Sebagai *tren* di Kalangan Remaa



Sumber: Analisis Peneliti, 2017

4.5. Rangkuman

Perkembangan budaya konsumen telah mempengaruhi cara-cara masyarakat mengekspresikan gaya hidup. Dalam masyarakat konsumen, terjadi perubahan mendasar berkaitan dengan cara-cara orang mengekspresikan diri dalam gaya hidupnya. David Chaney mengemukakan bahwa gaya hidup telah menjadi ciri dalam dunia modern, sehingga masyarakat modern akan menggunakan gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri dan orang lain.

Aktivitas konsumsi pada dasarnya bukan dilakukan karena alasan kebutuhan, namun lebih kepada konsumsi simbolik, tren, dan prestise. Maka jelas bahwa realitas sosial di dalam masyarakat konsumsi saat ini cenderung nilai simbol sebagai motif sosial aktivitas konsumsi. Saat konsumen melakukan aktivitas konsumsi “ngopi” di kedai kopi yang sedang menjamur di Bogor maka yang akan tampak dalam benak remaja adalah sebuah tempat yang lagi nge-tren dan memiliki nilai prestise tersendiri

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kedai kopi pada umumnya mengalami pergeseran dari nilai guna menjadi nilai simbolik tersendiri. Bergesernya nilai kedai kopi tersebut berawal dari konsumen mengunjungi kedai kopi guna mendapatkan secangkir kopi. Akan tetapi dengan munculnya menjamurnya kedai-kedai kopi telah bergeser ke arah kepentingan lain. Kedai kopi tidak hanya menawarkan kopi sebagai produk utamanya akan tetapi secara tidak langsung juga memberikan suatu kode atau objek bagi remaja.

Secara logika suasana “ngopi” yang ditawarkan oleh kedai-kedai kopi pada saat sekarang ke masyarakat tidak jauh berbeda dengan “ngopi” di warkop pada umumnya. Karena pada dasarnya yang membuat remaja melakukan aktivitas di kedai kopi adalah segala fasilitas dan furniturnya digunakan untuk menarik minat remaja untuk mengunjungi kedai kopi tersebut. Aktivitas di kedai kopi merupakan suatu refleksi kebutuhan yang penting bagi konsumen khususnya dikalangan remaja, dan didorong oleh motif sosial dalam gaya hidup “ngopi”. Dalam kebutuhan ini mereka mencari pertukaran informasi, jaringan, atau hal-hal positif lainnya.

5.2. Saran

- Mempertahankan nilai-nilai positif selama berkumpul atau menghasbiskan waktu di kedai kopi
- Pemilik kedai kopi, hendaknya meningkatkan kenyamanan dan fasilitas pendukung bagi remaja dalam menikmati secangkir kopi serta untuk menjalani aktivitas dalam pemenuhan kebutuhan, hobi, dan gaya hidup mereka.
- Memberikan masukan saran-saran untuk perkembangan usaha kepada pemilik kedai kopinya
- Remaja bogor hendaknya mengenalkan dan berbagi kepada teman sebayanya mengenai cita rasa, suasana, di ruang terbuka (pinggir jalan) menjadi lebih santai.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Ahmadi, Abu. Drs. H. dkk. 2002. Psikologi Sosial. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Baudrillard, Jean. 2015, Masyarakat Konsumsi, Yogyakarta;
Kreasi Wacana Offset.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyle: sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta:
Pustaka Utama
- Creswell, w. John. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan mixed*.
2010. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Knoers, Prof. Dr. A.M.P, Monks Prof. Dr. F.J. *PSIKOLOGI PERKEMBANGAN;
Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. (Yogyakarta: GADJAH MADA
UNIVERSITY PRESS) Oktober 2006.
- Mantra, Ida Bagoes Prof. Ph.D. 2008. *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian
Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Moleong, J. Lexy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:: PT. Remaja
Rosdakarya)
- Raco, J. R. 2010, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan
Keunggulannya*, Jakarta: Grasindo,
- Ritzer, George & Barry Smart. 2011. *Handbook Teori Sosial*. Bandung:
Nusa Media
- Syahriyanti, Eti. 2009. *I Love Coffe And Tea*. Jogjakarta. DIVA Press
- Saputra, Eka. 2008. *Kopi: Dari Sejarah, Efek Bagi Kesehatan Tubuh, & Gaya
Hidup*. Yogyakarta: Harmoni

Sumber Skripsi

- Elly Herlyana, 2012. *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup
Baru Kaum Muda*, Jurnal. Yogyakarta: Jurusan Sejarah dan
Kebudayaan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
Indonesia.

Kelvianto Suisa, Veronica Febrilia, 2014. *Gaya Hidup Minum Kopi Konsumen Di The Coffee Bean & Tea Leaf Plasa Tunjungan Surabaya*. Jurnal. Surabaya: Jurusan Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra. Indonesia.

Rifa Dwi Styaning Anugrahati, 2014. *Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Jurusan Pendidikan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Yogyakarta.

Siti Murdaningsih, 2008. *Gaya Hidup Konsumtif Dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna Handphone, Di Sma Negeri 1 Sambi Boyolali*. Skripsi. Surakarta: Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.

Bachtiar S. Bachri. 2010 *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal. Teknologi Pendidikan UNS, Vol. 10 No.1, Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

Prof. Dr. H.M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si, 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. (Jakarta: Kencana)

Sumber Dokumen

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Bogor, Tahun 2014-2015.

Kota Bogor Dalam Angka/ Bogor Municipality in Figures 2013/2014. Badan Pusat Statistik Kota Bogor.

TRANSKIP WAWANCARA

- **Nama** : Puji Rahayu
- **Usia** : 23 Tahun
- **Profesi** : Karyawan Swasta

1. Apa yang biasanya dilakukan para remaja saat minum kopi di kedai kopi scripttion?

Biasanya kalo di tempat kopi sambil ngopi-ngopi tuh kita ngobrol-ngobrol, foto-foto buat di upload di instagram atau share di path, ngomongin orang, gosip, kalo engga mengenang – ngenang sama temen pas masa sekolah

2. Kapan dan berapa lama anda menghabiskan waktu di kedai kopi?

Gue kalo lagi nongkrong ngopi sih bisa tiga kali dalam seminggu

3. Dengan siapa biasanya anda berkunjung ke kedai kopi ini?

Biasanya sih lebih sering sama temen-temen sekolah atau temen kerja tapi kalo punya pacar ya sama pacar

4. Bila remaja sedang mengalami kejenuhan dalam aktifitas sehari – hari dimanakah tempat yang mereka tuju?

Biasanya kalo lagi jenuh kalo ada temen yang ngajak kumpul perginya ke tempat ngopi tapi kalo dapet hari libur yang aga panjang perginya ke tempat-tempat alam gitu

5. Apa yang kalian dapatkan ketika menghabiskan waktu di kedai kopi hingga berjam – jam?

Yang di dapet ya biasanya sih berupa momen momen seru bareng temen atau foto-foto lucu bareng temen

6. Kenapa anda lebih memilih ke kedai kopi yang belum ternama ketimbang ke kedai kopi yang sudah ternama seperti di starbucks?

Karena selain harganya murah tempatnya pun juga asik di pinggir jalan, yang jelas engga keluar pajak untuk nongkrong dan ngopi disitu

7. Dimana lagi kedai kopi lain selain di kedai kopi scription?

Di ideo kopi, fresh cup kopi, keuken kopi, dailydose kopi terus sixteen bell cafe, dan yang lebih sering mah ke tampomas yang paling murah. Hampir semua tempat kopi yang di bogor udah pernah gue datengin sih

8. Biasanya menghabiskan biaya berapa untuk nongkrong di kedai kopi?

Biasanya gue kalo tiap ngopi menghabiskan engga sampe cepek lah soalnya yang gue pesen palingan cuman coffe blend, jamur krispi, sama usus krispi

9. Kira-kira dalam seminggu 3 kali ke kedai kopi pemasukannya besar ya di banding pengeluaran?

Ya gue sih pendapatan gue tiap bulan ya standart umr bogor lebih dikitlah

10. Wah kalo pemasukannya segitu apa cukup buat biaya hidup dalam sebulan?

Kalo di itung-itung ya cukup engga cukup sih pinter-pinternya kita ngantur duitnya aja hehe

- **Nama** : Eggy Moesly
- **Usia** : 22 Tahun
- **Profesi** : Pengangguran

1. Apa yang biasanya dilakukan para remaja saat minum kopi di kedai kopi scripttion?

Biasanya sih gue kalo ke kedai kopi ngumpul sama temen-temen sekalian reunion sama temen sekolah, ngilangin rasa bete gue pas dirumah jadi selama masih pengangguran lebih banyak waktu untuk main dan gue kalo lagi kumpul selalu berangan-angan sama temen gue untuk buka usaha bisnis kecil-kecilan ya semacam kaya buka kedai kopi gini deh

2. Kapan dan berapa lama anda menghabiskan waktu di kedai kopi?

kalo gue sih cuman jumat sampe minggu aja buat ngopi-ngopi cantik jadi kalo buat ngopi-ngopi gini cuman cuman ngabisin waktu 3 jam0an doang ko

3. Dengan siapa biasanya anda berkunjung ke kedai kopi ini?

Sama kaka gue, pacar gue dan sama temen-temen geng gue pas jamannya masih SMP dan SMA

4. Bila remaja sedang mengalami kejenuhan dalam aktifitas sehari – hari dimanakah tempat yang mereka tuju?

Kalo gue pribadi sih kalo lagi penat karena lagi banyak masalah tujuan utama gue mending berdiam diri di kedai kopi di bandingkan gue harus berdiam di rumah yang ada makin mumet, kan kalo berdiam diri di kedai kopi bisa lebih sedikit terhibur lah apalagi kalo sambil nikmatin kopi dan nikmatin musik akustikan pikiran jadi lebih rilex

5. Apa yang kalian dapatkan ketika menghabiskan waktu di kedai kopi hingga berjam – jam?

Mendapatkan gosip-gosip baru dari temen sekolah yang udah jarang ketemu dan bertukar pikiran sama temen yang udah kerja

6. Kenapa anda lebih memilih ke kedai kopi yang belum ternama ketimbang ke kedai kopi yang sudah ternama seperti di starbucks?

Karena kalo ngopi di kedai yang sudah ternama udah harganya yang cukup lumayan mahal belum lagi dikenain pajaknya, toh mau ngopi yang lebih murah atau lebih mahal kita sama-sama dapet nikmatnya secangkir kopi ko

7. Dimana lagi kedai kopi lain selain di kedai kopi scription?

Kongkow kopi, yellow trux, coffe toffe, dan semuanya udah gue datengin temapt-tempat kopi yang baru di bogor kota tapi kalo masalah suasana gue lebih seneng disini ko dengan suasana yang berbeda di pinggir jalan begini

8. Biasanya menghabiskan biaya berapa untuk nongkrong di kedai kopi?

Sekali dateng buat ngopi engga lebih dari 100rb tapi diatas 50rb hehe soalnya yang gue pesen juga cuman coffe blend, kopi jawa madu sama ayam kerispi

9. Kira-kira dalam seminggu 3 kali ke kedai kopi pemasukannya besar ya di banding pengeluaran?

Ya kalo masalah pendapatan sih berhubung gue masih nganggur jadi ngandelin dapet uang dari event-event spg dulu aja sekali event juga cuman 400rb perhari tapi kalo engga ada event minta duitnya ke nyokap kalo cuman buat ngopi

- **Nama** : Rizky Arbain
- **Usia** : 24 Tahun
- **Profesi** : Wirausaha

1. Apa yang biasanya dilakukan para remaja saat minum kopi di kedai kopi scription?

Biasanya sih saya kalo pulang kantor selalu nyempetin ke kedai kopi untuk ngelanjutin kerjaan saya yang di kantor jeng karena biasanya kalo saya anteng ngerjain di tempat kopi kerjaan gue cepet selsainya di banding di kantor, terus saya setiap weekend pasti selalu nyempetin buat ngajak cewe gue untuk ngopi di kedai csription ini

2. Kapan dan berapa lama anda menghabiskan waktu di kedai kopi?

Hampir setiap gue pulang kerja pasti melipir dulu ke tempat kedai-kedai kopi kaya kopi scription gini, kalo masalah waktu cukup 2 jam aja karena gue cuman dinginin otak gue sama ngelanjutin tugas kantor sebentar

3. Dengan siapa biasanya anda berkunjung ke kedai kop inii?

Sama temen kantor, temen rumah, temen kuliah, pacar tapi sendiri juga sering ko

4. Bila remaja sedang mengalami kejenuhan dalam aktifitas sehari – hari dimanakah tempat yang mereka tuju?

Bioskop dan kedai kopi itu yang bikin seketika rasa jenuh gue ilang jeng

5. Apa yang kalian dapatkan ketika menghabiskan waktu di kedai kopi hingga ber jam – jam?

Membaca-baca artikel di internet, kerjaan kantor selsai dan sedikit mencuri ilmu orang yang lagi ngomongin bisnis di tempat ini

6. Kenapa anda lebih memilih ke kedai kopi yang belum ternama ketimbang ke kedai kopi yang sudah ternama seperti di starbucks?

Gue dimana aja jadi lah tapi kalo udah mendekati tanggal tua pasti gue lebih nyari yang aga murahan tapi kalo menurut gue masalah lebih murah atau sama yang lebih mahal semua kopi sama-sama punya sensasinya tergantung kita nikmatinnya

7. Dimana lagi kedai kopi lain selain di kedai kopi scription?

Meet up coffe bogor, coffe toffe bogor, anomali menteng, sama tjikini

8. Biasanya menghabiskan biaya berapa untuk nongkrong di kedai kopi?

Kalo gue pribadi sih buat sekali ngopi disini cuman ngeluarin 50rb doang buat sekali dateng soalnya gue cuman mesen kopi lanang madu dan kopi jawa madu

9. Kira-kira dalam seminggu 3 kali ke kedai kopi pemasukannya besar ya di banding pengeluaran?

Hehe kalo ditanya pemasukan gue setiap bulan sih malu bilanganya soalnya pemasukan gue tiap bukan cuman standart umr jakarta aja

10. Wah kalo pemasukannya segitu apa cukup buat biaya hidup dalam sebulan?

Kalo selama ini sih kurang terus buat biaya hidup gue tiap bulan, tapi kalo pas duit gue abis di tengah bulan minjem duit dulu ke orang tua hehe entar kalo udah gajian langsung gue ganti uangnya

- **Nama** : Oggy Wardana
- **Usia** : 24 Tahun
- **Profesi** : Mahasiswa

1. Apa yang biasanya dilakukan para remaja saat minum kopi di kedai kopi scription?

Kalo saya sendiri karena udah terlalu suntuk dirumah selalu buka laptop buat nyusun skripsi yang engga kelar-kelar pasti tiap malem saya selalu keluar buat refresh otak ke kedai kopi untuk kulineran makanannya pas malam dari kedai kopi satu ke kedai kopi lainnya jadi engga sekedar ngopi aja

2. Kapan dan berapa lama anda menghabiskan waktu di kedai kopi?

Kapan dan berapa lamanya engga bisa di tentuin, itu sih tergantung mood saya kalo masih betah ya bisa sampe 3 jam-an

3. Dengan siapa biasanya anda berkunjung ke kedai kopi ini?

Kebetulan pemelik kedai tersebut teman semasa duduk di SMA maka dari itu saya lebih berkunjung kesini dengan teman-teman SMA saya

4. Bila remaja sedang mengalami kejenuhan dalam aktifitas sehari – hari dimanakah tempat yang mereka tuju?

Ada berbagai tempat yang saya tuju kalo lagi jenuh salah satunya di kedai kopi scription ini karena dengan lokasi yang bisa di bilang pusat bermain di Kota Bogor

5. Apa yang kalian dapatkan ketika menghabiskan waktu di kedai kopi hingga berjam – jam?

Yang sering saya lakukan disini adalah interaksi dengan banyak orang di bidangnya masing-masing dan mereka pun sedang menikmati malem cerah dengan secangkir kopi dan inspirasi saling bertukaran dengan pengunjung A dan B sehingga kita pulang kerumah ada sedikit ilmu yang bisa kita ambil

6. Kenapa anda lebih memilih ke kedai kopi yang belum ternama ketimbang ke kedai kopi yang sudah ternama seperti di starbucks?

Tingkat kebebasan kita untuk melepas penat dari aktivitas yang cukup padat kita butuh udara yang segar untuk menetralkan isi otak dan di kopi scription ini cukup berbeda dengan kedai kopi lain yang dominan dengan ruangan berAC

7. Dimana lagi kedai kopi lain selain di kedai kopi scription?

Mungkin saya pribadi lebih memilih kedai kopi yang diluar ruangan karena sensasinya sangat kuat sekali dibanding dengan kedai kopi yang di dalam ruangan dan kopi scription adalah salah satu kedai kopi yang ada diluar ruangan dan ini adalah salah satu pilihan tempat kopi saya yang bisa dibilang saya merasa nyaman

8. Biasanya menghabiskan biaya berapa untuk nongkrong di kedai kopi?

Dari kelas kedai kopi ini mereka tidak membebankan pajak pada konsumen karena dari kelas yang belum termasuk usaha yang belum terkena pajak jadi dengan uang kuarng lebih 100 ribu saya sudah bisa menikmati kopi sama cemilannya di kedai kopi ini

- **Nama** : Wisnu Aditya
- **Usia** : 19 Tahun
- **Profesi** : Pengangguran

1. Apa yang biasanya dilakukan para remaja saat minum kopi di kedai kopi scription?

Kalo gue sih ke kedai kopi selama masih nganggur, gue selalu ke tempat kopi buat cari-cari lowongan kerja ya seperti kaka tau sendiri biasanya kalo main-main ketempat kopi wifinya jarang ada yang lemot, habis itu di sela-sela nyari lowongan kerja pasti ada bahan buat ngegosipin cewe hehe

2. Kapan dan berapa lama anda menghabiskan waktu di kedai kopi?

Bisa hampir tiap malem buat ke kedai kopi dan untuk menghabiskan waktu sampe berapa lama gue engga tau berapa lamanya pokonya tengah malem gue baru pulang

3. Dengan siapa biasanya anda berkunjung ke kedai kopi ini?

Sama teen-temen SMK gue, temen nongkrong, dan genetan gue bahkan untuk ngopi sendiri pun itu udah terbiasa

4. Bila remaja sedang mengalami kejenuhan dalam aktifitas sehari – hari dimanakah tempat yang mereka tuju?

Kadang pelampiasan kejenuhan gue cuman main futsal dan bersantai di kedai kopi sama temen-temen

5. Apa yang kalian dapatkan ketika menghabiskan waktu di kedai kopi hingga berjam – jam?

Dapetin informasi lowongan kerja dari temen atau mencuri-curi ide cara pengolahan kopi dan suka iseng buat kenal-kenalan sama cewe yang engga dikenal

6. Kenapa anda lebih memilih ke kedai kopi yang belum ternama ketimbang ke kedai kopi yang sudah ternama seperti di starbucks?

Karena gue ngerasa kurang PD untuk nongkrong di kedai kopi yang udah ternama mungkin ngeliat isi dompet yang pas-pasan juga jadi lebih baik nongkrong di kedai kopi yang sesuai isi dompet gue aja

7. Dimana lagi kedai kopi lain selain di kedai kopi scription?

Paling di kedai scription aja karena gue kalo udah nyaman sama satu tempat suka males cari-cari suasana tempat ngopi yang lainnya

8. Biasanya menghabiskan biaya berapa untuk nongkrong di kedai kopi?

Ya kalo gue sendiri nongkrong di kedai kopi ini kurang lebih 50ribulah sampe tengah malem tapi kalo gue sama gebetan gue cuman 100 ribuan lebih dikitlah itu pun udah sama cemilannya

- **Nama** : Iqbal Hibattullah
- **Usia** : 23 Tahun
- **Profesi** : Mahasiswa

1. Apa yang biasanya dilakukan para remaja saat minum kopi di kedai kopi scription?

Kalo gue pribadi waktu dulu pas masih nyusun skripsi pasti gue selalu coffe trip di daerah jakarta, bekasi, atau bogor soalnya menurut gue adanya secangkir kopi bisa menghasilkan inspirasi buat analisa skripsi gue, dibanding kalo gue ngerjain di rumah skripsi gue jadi terbengkalai

2. Kapan dan berapa lama anda menghabiskan waktu di kedai kopi?

Seminggu bisa sampe 4 kali nongkrong di kedai kopi, kalo masalah waktu tergantung kebutuhan kalo misalnya kalo lagi nongkrong sama temen-temen bisa nyampe 2-3 jam-an

3. Dengan siapa biasanya anda berkunjung ke kedai kopi ini?

Ya kalo nanya masalah kesini sama siapa ya ada dua sih yang pertama sama pacar dan yang kedua ya sama temen-temen karena banyak temen juga yang pada suka ngajakin ngopi bareng jadi lebih seringnya sama temen-temen sih kesininya

4. Bila remaja sedang mengalami kejenuhan dalam aktifitas sehari – hari dimanakah tempat yang mereka tuju?

Ya kalo masalah jenuh sih ya pasti ada tempat lah untuk ngilangin kejenuhan tapi pasti kan kalo bener-bener pengen ngilangin jenuh kan kita harus refreshing jalan-jalan gitu kan tapi semua itu kan membutuhkan biaya lumayan mahal jadi kalo gue sih ya emang kalo lagi bete ya gue mending coffe trip sih seperti ke kedai kopi scription sekarang jadi walaupun bete sendirian bisa nikmatin kopi sambil sharing-sharing kopi juga sama pemilik kedainya

5. Apa yang kalian dapatkan ketika menghabiskan waktu di kedai kopi hingga berjam – jam?

Kalo yang di dapatkan selama di kedai kopi ini nyambung juga sih sama pertanyaan yang sebelumnya selain bisa ngopi-ngopi disini juga bisa tau rasa-rasa tentang kopi, gimana cara ngebuatnya, gimana cara ngolahnya rasa-rasanya kan pasti beda setiap kedai kopi jadi nambah ilmu juga dan juga bisa nambah-nambah temen

6. Kenapa anda lebih memilih ke kedai kopi yang belum ternama ketimbang ke kedai kopi yang sudah ternama seperti di starbucks?

Ya kalo masalah milih tempat ini dari pada starbucks ya gue lebih milih ke kedai kopi biasa karna starbucks kan mungkin diliat dari harga juga dia mahal sedangkan di kedai kopi biasa ya mungkin setengah harganya dari starbucks yang ke dua kalo kedai-kedai kopi yang sudah ternama rata-rata kopinya di blend gitu sedangkan gue lebih suka kopi-kopi hitam yang pembuatannya secara manual dan yang terakhir ngopi-ngopi yang sudah ternama pada sekarang ini cuman buat gaya-gayaan doang update di sosial media kalo gue bilang sih buat menilai status sosialnya orang doang

7. Dimana lagi kedai kopi lain selain di kedai kopi scription?

Berhubung gue suka coffe trip jadi dari kedai kopi tangerang, bekasi, depok, sama bogor udah pernah gue cicipin satu-satu

8. Biasanya menghabiskan biaya berapa untuk nongkrong di kedai kopi?

Nah ini kalo masalah ngomongin biaya kalo di kedai kopi ini pastikan lebih murah dari pada nongkrong di kedai kopi yang sudah ternama kalo di kedai kopi yang sudah ternama 75ribu cuman dapet secangkir gelas sedangkan kalo di kedai kopi biasa 75ribu bisa dapet segelas kopi sama 2 macem cemilan