

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Makanan dalam pandangan sosial budaya, memiliki makna yang lebih luas dari sekedar sumber nutrisi. Terkait dengan kepercayaan, status, prestise, kesetiakawanan dan ketentraman. Makanan memiliki banyak peranan dalam kehidupan sehari-hari di dalam suatu komunitas manusia. Makna ini selaras dengan nilai hidup, nilai karya, nilai ruang atau waktu, nilai serasi dengan alam sekitar, dan nilai serasi dengan sesama.

Para ahli antropologi memandang kebiasaan makan sebagai suatu kompleks kegiatan masak-memasak, masalah kesukaran dan ketidaksukaran, kearifan rakyat, kepercayaan-kepercayaan, pantangan-pantangan, dan takhayul-takhayul yang berkaitan dengan produksi, persiapan, dan konsumsi makanan. Pendeknya, sebagai suatu kategori budaya yang penting, ahli-ahli antropologi melihat makanan mempengaruhi dan berkaitan dengan banyak kategori budaya lainnya (Foster dan Anderson, 1986:313).

Salah satu fenomena yang menarik saat ini adalah fenomena “makan di luar” atau dengan bahasa lainnya yaitu “*eating out*”. Budaya makan di rumah telah mengalami pergeseran dengan adanya kebiasaan makan di luar rumah (*eating out*) yang dianggap mencerminkan gaya hidup modern dan global. Makan

di luar (*eating out*) muncul sebagai bagian dari kehidupan sosial masyarakat urban. Kota dimana banyak terdapat pusat perbelanjaan dan makan yang menjadi persaingan para produsen dalam mendapat konsumen dan juga bagi konsumen dalam hal konsumsi untuk menunjukkan status dan kelas sosialnya melalui jenis makanan dan tempat makan yang dikunjungi. Sebagaimana dinyatakan Bourdieu dalam Lubis (2014:113), tempat makan dan jenis makanan yang dipilih bisa saja menentukan kelas sosial seseorang.

Fenomena *eating out* ini terjadi di banyak kota-kota besar, salah satunya di kota Medan. Kondisi ini dialami oleh masyarakat perkotaan golongan menengah ke atas maupun masyarakat yang sudah memiliki penghasilan sendiri serta oleh sebagian kalangan anak muda, khususnya mahasiswa. Mahasiswa memiliki minat yang besar dalam mengunjungi tempat makan yang hits dan kekinian. Medan sebagai kota besar dengan banyaknya pendatang, terutama kaum mahasiswa, menyebabkan pergeseran gaya hidup ke arah modernisasi yang muncul akibat desakan tuntutan hiburan dan minimnya filter arus modernisasi. Hal ini ditunjukkan dengan menjamurnya tempat-tempat hiburan malam, karaoke, dan kafe. Tersedianya banyak pilihan tempat yang menjual beragam makanan di kota Medan mendorong terjadinya aktivitas *eating out* atau makan di luar bagi masyarakat perkotaan yang berasal dari berbagai daerah.

Ritzer dalam Suyanto (2013:169) menyebut kehadiran McDonald merupakan tonggak lahirnya sebuah “paradigma” yang dinamakan McDonaldisasi, yaitu sebuah proses dimana berbagai prinsip restoran *fast food* hadir untuk mendominasi lebih banyak sektor kehidupan di berbagai negara manapun di

dunia. Dalam perkembangannya, fenomena ini juga merambah ke berbagai negara termasuk di Indonesia. Variasi usaha cepat saji dan McDonaldisasi mulai berkembang sendiri mulai dari jenis makanan sampai asalnya serta merambah dengan menjamurnya restoran *fastfood, cafe, foodcourt*, yang terdapat di pusat perbelanjaan maupun di luar pusat perbelanjaan. Semua jenis usaha ini dikembangkan dengan berpedoman pada pola pengelolaan yang dilakukan McDonald.

Makan di luar rumah tidak lagi hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan akan makanan akan tetapi telah mengalami pergeseran makna menjadi sebagai salah satu fungsi pemenuhan kesenangan dan kepuasan serta sebagai tempat sosialisasi yang pada akhirnya makan di luar rumah dijadikan sebagai salah satu gaya hidup mahasiswa saat ini. Apa yang dikonsumsi bukan lagi dikarenakan sebagai kebutuhan, akan tetapi keinginan dan lebih kepada alasan simbolis seperti kehormatan, status dan prestise. Misalnya saja ketika melihat orang ngopi di Starbucks, dimana citra Starbucks memiliki kesan yang bergengsi dan elit di mata pengunjungnya. Hal ini disebabkan karena Starbucks sebagai tempat ngopi yang modern, selain perbedaan tampilan fisik, perbedaan yang paling menonjol adalah dari segi harga minuman kopi yang jauh lebih mahal dibanding menu kopi di kedai biasa. Inilah yang menyebabkan individu ingin menunjukkan identitas mereka dalam interaksi sosial di masyarakat melalui tanda dan makna yang mereka konsumsi dan tampilkan.

Fenomena makan di luar tidak hanya untuk memenuhi rasa lapar saja karena dalam kegiatan makan disertai dengan penggunaan media sosial. *Social media* sebagai sarana untuk memberitahukan kegiatan makan para pelaku *eating out*, yang tidak semata-mata untuk menunjukkan bahwa ia makan. Dalam suasana *eating out* tersebut sering terlihat kebiasaan pelaku *eating out* mengabadikan momen kebersamaan baik berselfie, foto bersama, foto dengan latar *design interior* maupun hanya foto makanan saja. Tidak sampai disitu, kebiasaan lainnya adalah mereka sering memposting foto kegiatan makan dan *check in* tempat makan di media sosial. Artinya, ketika mengkonsumsi sesuatu seperti halnya makan di luar, seseorang ingin menunjukkan keberadaan kelas sosial dirinya kepada orang lain tentang gambaran kehidupannya di media sosial yang membuat orang lain menilai bahwa orang yang melakukan hal tersebut adalah orang yang memiliki kemampuan ekonomi yang cukup. Namun hal ini tidak dapat terwujud jika pelaku *eating out* tidak mengunggahnya di *social media*. Kegiatan yang diunggah di dalam *social media* menjadi suatu hal yang berbeda dari fakta ketika terdapat perbedaan kondisi pelaku pada apa yang diunggah dengan kondisi yang nyata yang disebut sebagai *hiper-realitas*.

Pemilihan tempat makan juga menjadi salah satu faktor penting dalam menunjukkan tingkat prestise seseorang. Sehingga tempat makan juga bisa dijadikan sebagai sosiospasial. Biasanya tempat makan yang dikategorikan sebagai tempat makan berkelas menjadi sasaran utama yang dicirikan dengan harga dan minuman yang relatif mahal, menyediakan hiburan musik, penataan bangku dan kursi dengan desain interior yang menarik, para pelayan yang

menguakan pakaian yang seragam, menyediakan menu khas, dan lain sebagainya. Hal inilah kemudian yang disebut sebagai satu setting yang memungkinkan orang mengkonsumsi tanda, dimana tanda tersebut dihadirkan untuk menjadi penentu identitas.

Orang-orang muda menghabiskan waktunya duduk sambil menikmati ayam goreng di McDonalds, minum cocacola di Pizza Hut, atau hanya sekedar minum kopi di Starbucks. Hal ini akan menjadi hal yang lumrah ketika mereka adalah orang-orang yang memang berasal dari kelas menengah ke atas atau mereka yang sudah memiliki pendapatan sendiri. Namun jika ini dilakukan oleh kalangan mahasiswa yang masih ditanggung orangtua dan tidak memiliki kerja sampingan untuk menunjang gaya hidup seperti itu mungkin mereka harus menabung uang jajan sepekan atau meminjam uang dari teman atau melakukan berbagai cara yang bertujuan untuk mengutamakan kesenangan dalam kehidupan mereka. Mengingat saat ini kita tidak sedang hidup dalam masyarakat yang berkecukupan, akan tetapi kita hidup dalam masa pertumbuhan.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas guna membatasi masalah maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Budaya makan di rumah telah bergeser dengan kebiasaan makan di luar rumah yang dianggap sebagai gaya hidup modern

2. Makan telah beralih fungsi tidak hanya sebagai suatu kompleks kegiatan masak-memasak, masalah kesukaran dan ketidaksukaran, kearifan rakyat, kepercayaan-kepercayaan, pantangan-pantangan dan takhayul-takhayul yang berkaitan dengan produksi, persiapan, dan konsumsi makanan serta untuk memenuhi nutrisi dan menghilangkan rasa lapar namun untuk mendapatkan faktor kesenangan
3. Kehadiran *eating out* yang menjelma menjadi gaya hidup di kalangan mahasiswa di Kota Medan
4. Tempat makan dan jenis makanan yang dikonsumsi menjadi penentu kelas sosial yang difasilitasi oleh media sosial yang melahirkan hiper-realitas bila terdapat perbedaan kondisi pelaku pada apa yang diunggah dengan kondisi yang nyata
5. Usaha yang dilakukan untuk mewujudkan kegiatan *eating out* pada mahasiswa kalangan menengah ke bawah membutuhkan usaha yang dapat melampaui kemampuan

### 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, maka yang menjadi pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah *Hiper-Realitas dalam Fenomena Eating Out di Kalangan Mahasiswa.*

#### 1.4. Rumusan Masalah

Agar penulis memiliki panduan dan fokus penelitian dalam mengumpulkan data maka perlu dirumuskan masalah yang dikaji, yaitu :

1. Apa faktor yang melatarbelakangi mahasiswa melakukan kegiatan *eating out*?
2. Bagaimana perilaku konsumsi pada fenomena *eating out* di kalangan mahasiswa ?
3. Apa makna yang dicapai dibalik kegiatan *eating out* bagi mahasiswa ?

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor yang melatarbelakangi mahasiswa melakukan kegiatan *eating out*.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumsi pada fenomena *eating out* di kalangan mahasiswa
3. Untuk mengetahui makna yang dicapai mahasiswa dibalik kegiatan *eating out*

### 1.6. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis kajian ini bermanfaat untuk :

1. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis serta masyarakat lain khususnya anak muda yang memilih gaya hidup *eating out*
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berharga bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan disiplin ilmu Sosiologi dan antropologi mengenai gaya hidup *eating out* di kalangan anak muda

Secara praktis, kajian ini akan memberikan manfaat, yaitu :

1. Sebagai bahan perbandingan studi mendatang
2. Memberikan informasi pada pemerintah dan masyarakat untuk mengetahui bagaimana gaya hidup *eating out* di kalangan mahasiswa