

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Budaya minum kopi di Indonesia sudah berkembang sejak lama, sejak pertama kali sistem tanam paksa oleh pemerintah Belanda, mulanya minum kopi merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh pemerintah Belanda, seiring perkembangannya masyarakat Indonesia pun mulai gemar meminum kopi. Pada awalnya minum kopi hanya dilakukan oleh orang dewasa hingga usia lanjut dan didominasi oleh pria tetapi dengan perkembangan zaman meminum kopi tidak didominasi lagi orang-orang dewasa, tetapi juga anak muda baik yang berjenis kelamin pria atau wanita (Anastasia : 2012).

Awalnya minum kopi dilakukan oleh masyarakat yang umumnya berusia dewasa dan didominasi oleh pria. Pandangan yang terlihat terhadap apa yang terjadi dalam masyarakat, penulis memperhatikan kebiasaan minum kopi tersebut di pedesaan yang umumnya menjadi pengisi kedai kopi adalah orangtua, yang minum kopi sambil mengobrol dan berdiskusi terhadap beragam permasalahan yang ada, seperti masalah politik, mengenai bisnis atau perayaan acara adat yang ada disekitar mereka.

Perkembangan minum kopi sampai saat ini memiliki peningkatan yang cukup besar, dimana tingkat konsumsi masyarakat mengenai kopi sudah menjadi gaya hidup baru dari masyarakat itu sendiri. Gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan sekunder manusia dimana perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini yang khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk

menunjukkan status sosialnya atau sebagai cara seseorang untuk mengisi waktu luangnya.

Perilaku konsumsi tersebut dapat dilakukan di kedai-kedai kopi pinggir jalan seperti warung kopi maupun kedai kopi modern yang lebih akrab disebut gerai kopi. Perkembangan gerai kopi yang saat ini sangat pesat memiliki kelasnya tersendiri seperti *Starbucks*, *excelso*, *maxx coffee* yang memiliki desain mewah dan modern serta harga yang terbilang mahal. Tapi walaupun dengan harga yang seperti itu, saat ini masyarakat tetap tertarik untuk menjadi konsumen. Hal ini mungkin bisa jadi dikaitkan dengan sebuah kebanggaan terhadap sebuah *brand*. Seperti halnya *brand* dari gerai kopi yang sudah terkenal dapat memberikan sebuah kebanggaan bagi para konsumennya. Hal ini bisa jadi memunculkan sebuah gaya hidup masyarakat urban itu sendiri terutama oleh kaum perempuan khususnya di Kota Medan.

Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan cara mengalokasikan waktu. Fenomena urban pada hakikatnya terkait erat dengan persoalan tradisi dan modernitas. Masyarakat urban identik dengan industrialisasi dan konsumsi gaya hidup telah menyuburkan keberadaan “anggota masyarakat modern” atau sosialita. Sosialita dalam artian fenomena gemerlap (Muthoharoh : 2013).

Starbucks menjadi sebuah brand gerai kopi yang termasuk dalam kategori elit, dengan *brand* yang terkenal dengan harga mahal dan segala kemewahan yang

disuguhkan. *Starbucks* menjadi salah satu tujuan utama dari para penikmat kopi, tidak hanya menikmati citarasa kopi saja, para pengunjung juga mendapatkan sebuah kemewahan dan memunculkan sebuah kebanggaan bagi setiap pengunjung yang hadir disana terutama para perempuan penikmat kopi.

Penelitian ini ingin melihat bagaimana perilaku konsumtif perempuan tersebut dalam menjalani gaya hidupnya sebagai penikmat kopi. Penulis ingin melihat bagaimana gaya hidup perempuan saat berada di *Starbucks*, penulis beranggapan bahwa meminum kopi dapat dilakukan diberbagai lokasi maupun gerai kopi yang berbeda dan tidak harus di *Starbucks*. Seperti yang sudah diketahui oleh umum bahwa gerai kopi tersebut terkenal dengan harga mahal yang digolongkan dengan konsumen kelas atas.

Pada gerai kopi yang tidak memiliki *label* maupun konsep yang semewah *Starbucks* siapa saja dapat menikmati kopi dengan harga terjangkau dan rasa yang tidak kalah nikmat juga. Kopi *americano* dan *espresso* yang merupakan ciri khas penikmat kopi dapat dibeli di gerai kopi yang memiliki kelas berbeda dari *Starbucks*, namun perilaku dari perempuan yang menjadi konsumen serta penikmat kopi di *Starbucks* menunjukkan bahwa ada sebuah kebutuhan selain meminum kopi yang ingin dipenuhi perempuan tersebut. Keinginan perempuan untuk merasakan sensasi dari gerai kopi kelas atas merupakan bagian dari perilaku yang konsumtif. Sangat menarik diperhatikan bagaimana perilaku perempuan sebagai seorang penikmat kopi di *Starbucks*, perilaku perempuan dalam keinginan memenuhi gaya hidupnya dan apa yang dicapainya sebagai seorang penikmat kopi.

Berdasarkan observasi sementara penulis ke *Starbucks*, dapat dilihat bahwa kedatangan para perempuan cukup ramai hadir di gerai kopi tersebut. Mereka mendatangi *Starbucks* disela-sela kesibukannya bekerja. Penulis mendapatkan beberapa hal yang menjadi alasan kedatangan perempuan, seperti kesukaan meminum kopi sambil melakukan diskusi bersama rekan kerja. Selain itu mereka juga datang membawa teman-temannya. Pergaulan antara perempuan bersama temannya yang sedang mengikuti *trend*.

Selanjutnya pergaulan juga menjadi alasan perempuan hadir disana bersama rekan-rekannya untuk menikmati kopi sambil mengobrol bersama. Mengikuti *trend* menjadi salah satu alasan kedatangan para perempuan menikmati kopi disamping *brand* elit dari *Starbucks* itu sendiri memberikan kebanggaan terhadap para pengunjung yang datang. Solusi untuk mengisi waktu luang, maka minum kopi di *Starbucks* menjadi salah satu pilihan perempuan.

Hal tersebut menarik minat penulis untuk mengangkatnya menjadi sebuah kajian penelitian terhadap *Gaya Hidup Perempuan Penikmat Kopi (Studi Kasus Lima Perempuan di Gerai Kopi, Merdeka Walk)*. penulis tertarik untuk membahas lebih mendalam mengenai bagaimana kehadiran perempuan dalam gerai kopi meninjau bagaimana kaitannya dengan perempuan penikmat kopi serta gaya hidup yang menjadi bagian dari kajian tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa latar belakang perempuan penikmat kopi nongkrong di Starbucks?
2. Bagaimana gaya hidup perempuan penikmat kopi di Starbucks?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan latar belakang perempuan penikmat kopi di Starbucks.
2. Untuk menganalisa gaya hidup perempuan penikmat kopi di Starbucks.

1.4. Manfaat Penelitian

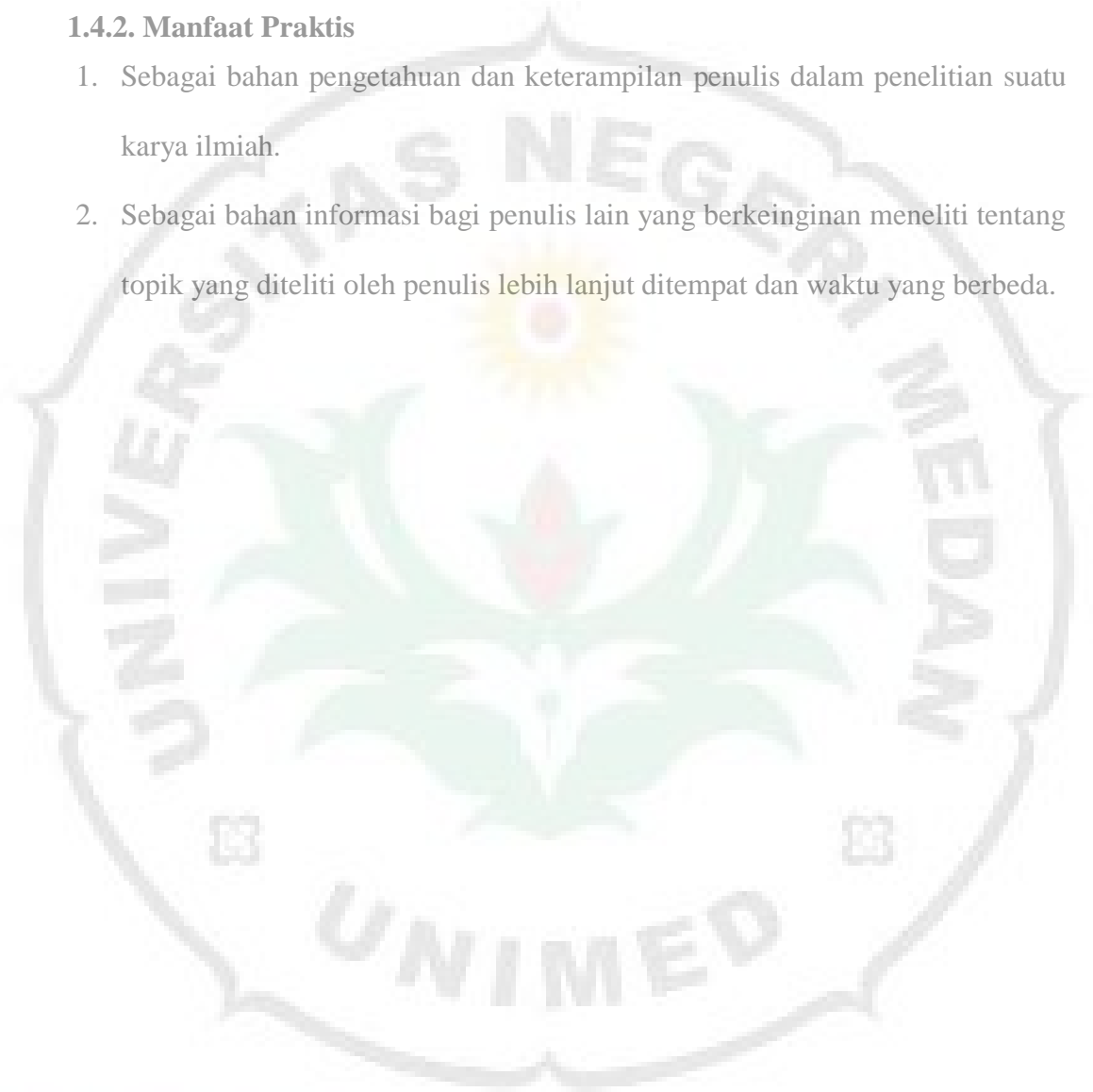
Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai yaitu memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan untuk dapat mengaplikasikan ilmu didapat selama kuliah pada kajian Sosiologi Perkotaan, sehingga mendapatkan suatu pengalaman teori dan kenyataan di lapangan.
2. Bagi civitas akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan karya ilmiah khususnya Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan pengetahuan dan keterampilan penulis dalam penelitian suatu karya ilmiah.
2. Sebagai bahan informasi bagi penulis lain yang berkeinginan meneliti tentang topik yang diteliti oleh penulis lebih lanjut ditempat dan waktu yang berbeda.



THE
Character Building
UNIVERSITY