

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Berbicara tentang budaya minum kopi hampir di seluruh wilayah Indonesia mempunyai cara mereka sendiri, namun yang akan di bahas di sini adalah bagaimana budaya minum kopi di kota Yogyakarta yang beberapa tahun ke belakang di dominasi oleh mahasiswa lokal maupun luar kota yang merantau, di lansir dari [kompas.id](http://kompas.id) (2002) kafe dan bar indonesia mencetak nilai penjualan sekitar Rp 30,2 triliun dan hal tersebut bisa terjadi dikarenakan tingkat konsumsi anak muda datang ke coffee shop adalah 66% dari Gen Z Indonesia. Ditambah lagi posisis kota Yogyakarta sebagai kota madya dan pelajar membuat budaya minum kopi di kota ini menjadi lebih unik karena adanya pengaruh pluralisme yang mana membuat orang dari berbagai daerah bercampur jadi satu di kota ini.

Alhasil kebiasaan minum kopi di kota ini juga bercampur dengan kebiasaan dari para pendatang, hal yang paling terlihat di sini adalah kebiasaan minum kopi yang berubah yang mana awalnya ke coffee shop hanya untuk sekedar nongkrong perlahan bergeser menjadi *Work From Cafe*, hal ini kerap dilakukan para mahasiswa di kota yogyakarta mulai dari mengerjakan tugas kelompok sampai kerja kelompok, dengan adanya kegiatan seperti yang disebutkan diatas habit - habit mahasiswa dari masing - masing daerah asalnya pun akhirnya bisa terlihat, habit atau pola perilaku yang mereka bawa dari daerah asapun terlihat dalam cara mereka bekerja sambil berbincang dengan teman, ada yang terbiasa fokus tanpa gangguan namun ada juga yang fokus sambil berbincang dan semua hal tersebut memperkaya budaya minum kopi di yogyakarta , menjadikannya tidak hanya sebagai kegiatan menikmati kopi namun juga sebagai ruang untuk rekreasi, belajar, serta kolaborasi.

Di era globalisasi saat ini, budaya minum kopi di kedai kopi sudah menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat. Minum kopi tidak lagi

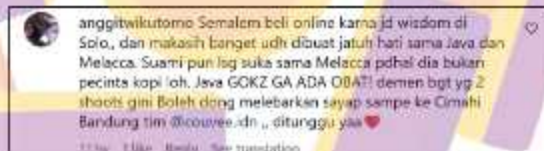
sekarang sekedar aktivitas minum kopi, namun sudah menjadi simbol gaya hidup modern yang melibatkan berbagai aktivitas sosial dan budaya. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya kedai kopi di berbagai kota besar dan semakin meningkatnya minat masyarakat untuk menghabiskan waktu di kedai kopi. Menurut Smith (2017) dalam majalah *Coffee Shop Culture in Urban Areas*, kedai kopi bukan sekedar tempat minum kopi, melainkan tempat bertemu teman, ngobrol, bekerja, atau sekedar bersantai. Penelitian ini membahas peran coffee shop yang berubah dari keinginan menjadi kebutuhan dan menimbulkan budaya minum kopi sebagai gaya hidup baru, khususnya pada kalangan gen Z. Berdasarkan riset dari goodstats.id (2024) bahwa mayoritas Gen Z di Indonesia sebesar 66% menjadi penikmat kopi bahkan 37%-nya mengonsumsi kopi 3 kali dalam sehari dan khususnya minum pada waktu sore hari setelah jam pulang kerja. Menurut Vidya dan Arifin (2023) Gen Z memiliki antusias yang tinggi terhadap kegiatan minum kopi di kafe, yang digunakan untuk memfasilitasi kegiatan rutin.

Seperti berdiskusi pekerjaan, mengerjakan tugas, dan nongkrong bersama rekan, menurut Iqbal (2022) Minum Kopi di Yogyakarta tidak hanya berarti minum kopi, tapi juga mencakup berbagai kegiatan sosial seperti guyon-guyon, ngerasani negara, dan berbagai aktivitas lainnya. Minum kopi telah menjadi bagian dari budaya masyarakat, tidak terkecuali di kalangan mahasiswa, dengan berbagai jenis dan fasilitas yang disuguhkan membuat mahasiswa menganggap Coffee Shop sebagai tempat sakral untuk mencari relasi, inspirasi dan wadah mengekspresikan diri. Namun yang membuatnya berbeda sekarang adalah *culture* yang dulunya hanya masyarakat lokal sekarang bertambah banyak karena banyak mahasiswa pendatang dari luar kota yang membuat Coffee Shop sendiri memiliki dayatariknya sendiri, yang awalnya hanya masyarakat lokal dengan kebiasaan pada umumnya sekarang mereka bisa bertukar budaya dengan pengunjung lain dengan *culture* Minum Kopi sesuai daerahnya.

Hal ini pun berlaku juga terhadap salah satu coffee shop yang berada di Yogyakarta yang sudah lama menjadi andalan mahasiswa maupun warga lokal Yogyakarta sendiri untuk sekedar minum kopi maupun mengerjakan tugas atau biasa disebut WFC yaitu COUVEE, sebuah coffee shop yang berdiri mulai dari

April 2017 dan dirintis oleh 2 anak muda yang mana outlet pertamanya di buka di area jalan Kaliurang, menurut Couvee.idn (2019) awal didirikannya Couvee karena menurut 2 *foundernya* memiliki keyakinan bahwa setiap orang berhak menikmati kopi ringan dengan preferensinya masing-masing dan Couvee siap memenuhi preverensi tersebut serta Couvee percaya bahwa pengalaman menikmati kopi haruslah unik dan personal itulah mengapa Couvee dengan senang hati membantu menemukan minuman racikan terbaik.

Selain itu terlepas dari ambisinya untuk melakukan serving menu yang baik tidak lupa juga dengan kenyamanan serta fungsional Couvee itu sendiri di lansir dari Yogya.co (2024) dalam tulisannya berjudul “ 15 Rekomendasi Cafe di Jogja yang Cocok untuk WFC” yang mana ternyata Couvee menjadi urutan pertama dalam rekomendasi cafe wfc ternyaman se Jogja, dari hal tersebut dapat disadari bahwa Couvee bukan sekedar cafe WFC biasa entah dilihat dari segi pelayanan, tempat, menu ataupun hal lain yang menyebabkan para penikmat kopi menjadikan Couvee sebagai tempat nongkrong atau wfc favorit. Terlihat pada gambar 1.1 bahwa di kolom komentar ig menerangkan bahwa seorang customer yang menyukai salah satu menu dari couvee.



Gambar 1.1 Kolom Komenat Couvee  
Sumber : Instagram Couvee 2024

Foto di atas menjelaskan bahwa seorang pelanggan couvee menyukai rasa dari produk couvee yang mana mengatakan bahwa dari sekian banyak produk kopi lain yang dia coba hanya produk couvvee yang cocok dengannya, Tidak hanya itu, interaksi mengenai coffee shop ini juga meluas ke dunia digital, salah satunya melalui kolom komentar di Google Maps. Banyak pengunjung yang memberikan tanggapan mengenai kenyamanan coffee shop yang mereka kunjungi, baik dari segi fasilitas, suasana, maupun pelayanan. Komentar-komentar ini



menjadi semacam panduan tak tertulis bagi orang-orang yang mencari tempat minum kopi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.



Gambar 1.2 Kolom Komentar Couvee  
Sumber: Review Gmaps Couvee 2024

Beberapa pengunjung memuji suasana tenang yang mendukung produktivitas, sementara yang lain mengapresiasi desain interior yang Instagrammable atau menu kopi yang inovatif. Tak jarang, ada juga yang berbagi pengalaman pribadi, seperti bagaimana coffee shop tertentu menjadi tempat favorit untuk menyelesaikan tugas akhir atau sekadar membaca buku. Ulasan ini menunjukkan bahwa coffee shop bukan lagi sekadar tempat untuk menikmati kopi, melainkan juga ruang sosial yang memberikan pengalaman unik bagi pengunjungnya. Bahkan, diskusi di kolom komentar ini sering kali mengarah pada rekomendasi yang menarik, seperti tempat dengan colokan listrik yang melimpah, Wi-Fi yang stabil, atau bahkan kehadiran barista yang ramah dan komunikatif. Dengan demikian, kolom komentar ini menjadi sarana berbagi informasi sekaligus menciptakan komunitas virtual yang turut mempopulerkan coffee shop di Yogyakarta.

Dikutip dari Fariz (2019) mengatakan bahwa budaya minum kopi di Indonesia memiliki akar yang kuat sejak masa kolonial, ketika bangsa Belanda membawa tanaman kopi ke Nusantara. Pada saat itu, VOC (Vereenigde Oostindische Compagnie) memperkenalkan kopi Arabika dari India untuk dibudidayakan di berbagai wilayah Indonesia. Upaya ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia. Seiring waktu, kopi tidak hanya menjadi komoditas penting secara ekonomi, tetapi juga bertransformasi

menjadi elemen budaya yang signifikan. Minuman ini telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama sebagai bagian dari tradisi dan aktivitas sosial, seperti pertemuan keluarga, diskusi santai, atau sekadar menikmati waktu bersama teman. Tradisi minum kopi mencerminkan keragaman budaya Indonesia sekaligus memperlihatkan bagaimana kopi berperan sebagai medium untuk mempererat hubungan antarindividu. Dikutip dari [kompasiana.com](https://kompasiana.com) (2023) sementara itu dimasa kini interpretasi budaya minum kopi berubah budaya minum kopi di Indonesia kini telah berkembang melampaui konsumsi kopi tradisional. Inovasi dalam penyajian dan pengalaman minum kopi menjadi daya tarik utama, dengan hadirnya beragam jenis kopi yang disajikan, mulai dari metode seduh manual seperti pour-over hingga kreasi modern seperti kopi dengan campuran rasa unik. Tidak hanya itu, kedai kopi kini dirancang dengan suasana yang menarik dan nyaman, menggabungkan elemen desain estetik dengan fasilitas yang mendukung kebutuhan pengunjung, seperti ruang kerja, akses Wi-Fi, dan pencahayaan yang nyaman.

Menurut Ihsan (2025) dalam artikel "Transformasi Budaya Ngopi di Kalangan Mahasiswa: Dari Kebutuhan Menjadi Gaya Hidup" Transformasi ini menjadikan ngopi lebih dari sekadar aktivitas menikmati minuman, melainkan juga pengalaman yang sarat makna. Bagi banyak orang, kedai kopi menjadi tempat yang menyenangkan untuk bersantai, mencari inspirasi dan bahkan menyalurkan kreativitas. Khususnya bagi kalangan mahasiswa dan pekerja kreatif, kedai kopi sering digunakan sebagai tempat belajar, berdiskusi, atau bekerja. Suasana santai namun produktif yang ditawarkan oleh kedai kopi menciptakan ruang bagi ide-ide baru dan kolaborasi yang inovatif, menjadikan minum kopi sebagai bagian integral dari gaya hidup modern di Indonesia. Pemilihan Couvee menjadi objek penelitian juga didasarkan dengan berbagai ulasan dari ig dan google mulai dari dasar yaitu variasi dan rasa menu kopinya yang enak bervariasi rasanya hingga tempat yang nyaman dan pelayanan yang ramah dan cepat, hal tersebut yang membuat sebagian orang memilih Couvee sebagai tempat untuk wfc favorit, budaya minum kopi ini kebanyakan terjadi karena adanya masyarakat urban yang datang ke kota yogyakarta. Masyarakat urban yang dimaksud di sini

adalah para mahasiswa atau pekerja yang berasal dari luar kota yang memiliki tujuan bekerja atau menempuh pendidikan di Kota Yogyakarta namun di kota tersebut mereka belum memiliki tempat tinggal yang tetap. Kebanyakan mahasiswa atau pekerja tersebut memiliki tempat tinggal sementara yaitu kost.

Masyarakat khususnya mahasiswa memiliki tujuan utama yaitu pendidikan selama mengenyam pendidikan inilah para mahasiswa mulai berbaur dan saling bertukar budaya dan dikarenakan pertemuan para mahasiswa yang kebanyakan dilakukan atas dasar faktor tugas yang biasanya mereka lakukan di coffee shop, maka dari itu coffee shop menjadi tempat spesial tersendiri bagi para mahasiswa. Namun tidak hanya mahasiswa bagi para pekerja sendiri pun Coffee Shop menjadi wadah berkeluh kesah di sela jam-jam makan siang mereka serta menjadi tempat meeting maupun wfc hal ini menunjukkan bahwa kedai kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup perkotaan yang modern dan dinamis. Lebih lanjut penelitian Brown (2018) dalam bukunya *The Social Significance of Coffee Culture* menunjukkan bahwa budaya minum kopi di kedai kopi juga mencerminkan identitas sosial dan status ekonomi seseorang. Menurut Arisanti (2021) Dengan memesan secangkir kopi yang relatif mahal, seseorang dapat menunjukkan bahwa dirinya termasuk dalam kelompok orang yang kaya secara finansial dan memiliki selera yang baik. Dari kedua penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa budaya minum kopi di kedai kopi memiliki makna yang lebih dalam tidak hanya sekedar sebagai aktivitas mengonsumsi kopi, namun sebagai simbol gaya hidup perkotaan yang modern dan dinamis. Oleh karena itu, untuk lebih memahami fenomena tersebut, penting untuk melakukan penelitian yang memaknai budaya minum kopi di kedai kopi sebagai gaya hidup perkotaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana interpretasi budaya minum kopi sebagai gaya hidup Gen Z di Yogyakarta?
2. Mengapa gen Z menginterpretasikan minum kopi sebagai gaya hidup?



### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami makna dan interpretasi budaya minum kopi di coffee shop Couvée yang dijalani oleh individu-individu dari kalangan Gen Z di Yogyakarta.
2. Penelitian ini berusaha mengetahui alasan dan alasan gen Z yang menjadikan minum kopi sebagai gaya hidup

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana budaya minum kopi di coffee shop mempengaruhi gaya hidup Gen Z di Yogyakarta.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Membantu perkembangan kajian sosiologi budaya, terutama dalam mengidentifikasi bagaimana kebiasaan sosial yang dianggap sederhana, seperti minum kopi, dapat mempengaruhi interaksi sosial dan identitas generasi muda.

### 1.5 Sistematika Bab

Sistematika bab dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika bab.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka konsep.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang paradigma penelitian dan pendekatan penelitian yang digunakan, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengambilan data, waktu penelitian, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

#### Bab IV Temuan dan Pembahasan

Bab ini berisi deskripsi objek, temuan penelitian, dan pembahasan terkait “Budaya minum kopi yang menjadi gaya hidup Gen Z”. Bab V Kesimpulan, bab ini memberikan kesimpulan dari pembahasan penelitian dan saran untuk hasil penelitian selanjutnya.

