



Montrase Ngopi Anak Muda

.....

Aldi Vellyan Prihanada, Iqbal Muttawakkil, Adelia Paramita,
Defi Permatasari, Femiana Afkarina, Anrico Alamsyah,
Dwi Shavira Putri H.W, Saiful Anam, Ardy Choisal Muhar,
Nurul Hidayat, Yudha Jalessena Putra, Rif'ain,
Fajar Destari, Yunas Ananta Kusuma

.....

Penta Sari Media



Dien Vidia Rosa dan Hery Prasetyo (Ed)

Montrase Ngopi Anak Muda

Aldi Vellyan Prihanada, Iqbal Muttawakkil, Adelia Paramita,
Defi Permatasari, Femiana Afkarina, Anrico Alamsyah,
Dwi Shavira Putri H.W, Saiful Anam, Ardy Choisal Muhar,
Nurul Hidayat, Yudha Jalessena Putra, Rif'ain,
Fajar Destari, Yunas Ananta Kusuma

Penta Sari Media

Digital Repository Universitas Jember

MONTRASE NGOPI ANAK MUDA
Dien Vidia Rosa dan Hery Prasetyo (Ed)

ISBN 978-623-98830-4-1

Editor Bahasa: Sari
Desain Sampul dan Tata Letak: Mega
Ilustrasi Sampul: www.freepik.com
Penerbit: Penta Sari Media

Redaksi:



CV Penta Sari Media
Surabaya 60172
Email: pentasarimedia@gmail.com

Cetakan Pertama: Juli 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.



SEBUAH PENGANTAR

Kopi telah menciptakan ruang budaya, terutama bagi kaum muda. Ngopi menjadi identitas sekaligus memberikan gambaran apa yang ada di benak anak muda, bagaimana pikiran dan imajinasi mereka dapat larut dalam obrolan keseharian seraya menyeduh kopi. Buku ini mengisahkan petualangan kaum muda dalam mengabsorpsi kebudayaan populer dan menegosiasikan identitas mereka. Perjalanan mereka melintasi warung kopi pinggiran hingga kafe yang identik dengan atmosfer modernitas. Kaum muda merayakan waktu luang dan menikmati sepenuhnya predikat kelas menengah terdidik dengan menampilkan gaya hidup ngopi. Transformasi ngopi kaum muda dalam beberapa waktu tidak terlepas dari inovasi dan taktik untuk berkelindan dengan kapitalisme. Mau atau tidak, kaum muda berkejaran dengan percepatan globalisasi di tingkat lokal yang selalu dibayangi semangat postkolonial.



populisme Islam ini menjadi kajian yang penting. Sebab, *coffee shop* yang biasanya dikenal dengan gaya hidup barat, kini di Jember terkonsep secara Islami tanpa ada unsur rasisme, termasuk kepada orang yang tidak mempunyai agama sekalipun. Dekonstruksi dari Derrida tentang pembacaan teks bahwa makna tidak tetap tergambarkan dalam penelitian.

PERKEMBANGAN KOPI DI JEMBER

Jember: Kopi Lokal yang Hilang

Sejarah kopi berawal dari masa kolonial Belanda. Dengan demikian kopi bukan tanaman asli Indonesia. Pada akhir abad 16 saat Indonesia masih menjadi jajahan Belanda, VOC membawa kopi Arabika ke Indonesia karena tertarik untuk meruntuhkan monopoli Arab atas perdagangan kopi dunia. Kemudian, pemerintah kolonial Belanda mulai menanam kopi di berbagai wilayah Indonesia termasuk di Jawa Timur khususnya Jember. Kemudian, banyak petani di Jember yang mulai menanam kopi lantaran menyadari bahwa masyarakat Indonesia gemar minum kopi. Bahkan saat ini, kafe maupun kedai kopi berkembang bak jamur di musim hujan pada seluruh wilayah Indonesia baik kota maupun desa. Di Jawa khususnya di Jember, kopi yang mendominasi adalah Robusta atau Arabika. Pada setiap kedai kopi maupun kafe pasti terdapat dua jenis kopi tersebut.



“

*Lets Talk and Celebrate It
with Coffee*





“

Coffee. Everywhere. Everytime.





Penelitian ini menjadi menarik karena munculnya usaha olahan kopi seduh berusaha membangun identitas ngopi dan keinginan mengedukasi masyarakat Jember tentang kopi. Kaum muda dalam hal ini menjadi agen atau aktor yang berusaha membawa sebuah budaya ngopi baru di Jember. Indonesia merupakan sebuah negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan posisi ke-4. Hal ini bertolak belakang dengan gaya konsumsi masyarakat terhadap minuman kopi. Walaupun Indonesia menjadi negara terbesar penghasil kopi, tetapi tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia masih rendah. Indonesia memiliki berbagai jenis kopi yang dihasilkan. Jenis-jenis kopi ini diberi nama kopi Nusantara. Jember merupakan salah satu kota penghasil kopi terbesar di Indonesia. Bahkan Jember memiliki pusat penelitian kopi dan kakao se-Indonesia. Masyarakat Jember juga memiliki tingkat yang rendah terkait kegemaran mengonsumsi kopi pada saat zaman dahulu. Namun seiring dengan perkembangan zaman dan mulai masuknya industrialisasi di Jember, kegemaran mengonsumsi kopi mengalami peningkatan. Hal itu seiring pula dengan peningkatan pendapatan masyarakat Jember setelah perkembangan industrialisasi. Ngopi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan cangkrukan. Di mana cangkrukan merupakan sebuah kegiatan berkumpul dengan teman, ataupun keluarga yang berisi kegiatan diskusi, bercanda, atau

“

*Coffee and You is
A Good Combination.*





mengaruhi konsumen untuk tidak mau datang berkunjung. Namun bagaimana caranya pemilik menarik konsumen tersebut untuk mau datang berkunjung.

g. Motif Hubungan Emosional dan Kekeluargaan

Motif hubungan emosional ini merupakan dampak dari adanya kegiatan bersosialisasi antara konsumen dan pihak Senduro Coffee. Kondisi meja bar dengan meja saji sangat dekat, membuat konsumen bebas berbincang dengan barista ataupun pemilik dari Senduro Coffee. Keeratan hubungan seperti ini membuat konsumen semakin betah dan sering berkunjung ke Senduro Coffee. Keeratan hubungan ini tampak saat peneliti melakukan observasi dan wawancara di Senduro Coffee. Terlihat seorang informan berbincang dengan barista yang ada di sana dan sang pemilik berbincang hangat dengan konsumen di meja lainnya. Dari apa yang tampak memerlihatkan bahwa kondisi ini tidak akan terjadi jika tidak tercipta hubungan kekeluargaan.

h. Motif Sarana/Wahana

Kedai kopi menjadi alat untuk mencapai maksud atau tujuan di balik kebiasaan meminum kopi di Senduro Coffee. Konsumen akan berbelanja di Senduro Coffee yang dianggap nyaman bagi mereka. Fenomena menarik ditemukan oleh peneliti di Senduro Coffee. Fenomena itu adalah peran Senduro Coffee sebagai

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, Rega, Fauzan Muttaqien, dan Nawangsih. 2019. Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>. Progress Conference. Vol. 2
- Amine, A. and Cadenat, S. (2003), "Efficient retailer assortment: a consumer choice evaluation perspective", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 31 No. 10, pp. 486-497. <https://doi.org/10.1108/09590550310497012>
- Bei, L., & Chiao, Y. (2001). An Integrated Model for the Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty. *The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, 14, 125.
- Carpenter, J.M. (2008), "Demographics and patronage motives of supercenter shoppers in the United States", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 36 No. 1, pp. 5-16. <https://doi.org/10.1108/09590550810846965>
- Damiati, dkk. 2017. *Perilaku Konsumen Edisi 1*. Depok: Rajawali Pers
- Debenedetti, A., Oppewal, H., & Arsel, Z. (2014). Place Attachment in Commercial Settings: A Gift Economy Perspective. *Journal of Consumer Research*, 40, 904-923.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Handoko, H. (2002). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Herdiansyah, Haris. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu – Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Herlyana, Elly. 2012. Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*. Vol. 13, (1)
- Ok Kim, J. and Jin, B. (2001), "Korean consumers' patronage of discount stores: domestic vs multinational discount store shoppers' profiles", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 No. 3, pp. 236-255. <https://doi.org/10.1108/07363760110393092>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: Indeks.

Digital Repository Universitas Jember

Warung Kopi: Desublimasi Repressive dan Kesadaran Diri Mahasiswa dengan Perspektif Marcusian

Yunas Ananta Kusuma

Hery Prasetyo, S.Sos, M.Sosio (Review)



Ketika individu dapat dimungkinkan untuk memperoleh kebebasan pada saat proses teknologis dari mekanisasi dan standardisasi, di mana ini berada di luar energi individu, maka struktur dasar manusia akan diubah; individu akan dibebaskan dari dunia kerja yang membebani dengan kebutuhan dan kemungkinan yang asing (Marcuse, 2000: 3). Individu akan dengan bebas mengerahkan keinginannya dalam suatu kehidupan yang akan menjadi miliknya. Namun arti bebas di sini bukanlah kebebasan yang mutlak melainkan telah ada pada skenario masyarakat kapitalis.

Dan selanjutnya yang terjadi adalah munculnya kebutuhan yang represif. Kebutuhan yang represif adalah kebutuhan yang menekan kesadaran individu yang berlebihan seperti hedonis, pemanfaatan waktu luang di tempat yang bergengsi dan sebagainya sehingga autentifikasi dalam diri individu ditinggalkan dan kemudian lenyap. Kapitalisme sejak awal berusaha mendehumanisasikan masyarakat dengan menghilangkan kehidupan yang sosial, kebebasan, komunikasi menjadi semata-mata modal bisnis yakni pekerja sebagai alat produksi.

Kapitalisme dan perangkat kekuasaannya memaksakan beragam persyaratan politik dan ekonomi untuk mengontrol dan mengendalikan hidup individu (Saeng, 2012: 255). Dominasi masa kini meliputi seluruh kebutuhan baik kebutuhan yang riil



Warung kopi juga dapat diasumsikan menjadi privat meskipun warung kopi adalah tempat yang sosial. Maksudnya, menjadi tempat privat karena setiap individu berbicara sendiri dengan orang yang ia kenal atau bersama kawan. Alasan mengapa dirinya berusaha menciptakan privatisasi di dalam warung kopi salah satunya karena mampu menambah keakraban.

Ngopi mampu menjadi sebagai sarana memperkuat keakraban dan ikatan sosial yang telah terjalin antara informan dengan rekan-rekannya. Ruang yang sengaja diciptakan privat bagi informan tersebut menjadi penting dalam memperkuat jalinan pertemanan yang telah dijalani bersama rekan-rekan. Dengan ngopi maka individu yang berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi maupun rendah dapat membaur menjadi satu di warung kopi. Ngopi juga menjadi ruang yang mampu melepaskan kepenatan dari rutinitas sehari-hari.

Desain beberapa warung kopi berkonsep *outdoor* di mana pengunjung bisa secara langsung merasakan udara malam, juga berpengaruh dalam proses melepaskan kepenatan. Terutama mereka yang sebelumnya selalu berada di ruang-ruang kelas tertutup. Ini pula yang semakin menambah daya tarik mahasiswa mengunjungi warung kopi, baik untuk berdiskusi maupun hanya sekadar ngopi.

Deliberasi Budaya Ngopi: Penebat Nestapa dan Jalan pada Riang dalam Terang

Dien Vidia Rosa dan Hery Prasetyo
(Editor)



REFERENSI:

- Derrida, J.. Politics of Friendship. *American Imago*, 50(3), 353–391. 1993. <http://www.jstor.org/stable/26303875>
- Prasetyo, Hery. Absorpsi Kultural: Fetishisasi Komoditas Kopi. *Literasi: Indonesian Journal Of Humanities*, [S.L.], V. 4, N. 2, P. 196-206, June 2015. Issn 2088-3307. Available At: <<https://Jurnal.Unej.Ac.Id/Index.Php/Lit/Article/View/6271>>. Date Accessed: 19 July 2022.
- Istriyani, Ratna. Consuming Leisure Time. *Journal of Contemporary Sociological Issues*, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 17-34, feb. 2021. ISSN 2775-2895. <https://doi.org/10.19184/csi.v1i1.19803>.
- Min, SJ. Deliberation, East meets West: Exploring the cultural dimension of citizen deliberation. *Acta Polit* 44, 439–458 (2009). <https://doi.org/10.1057/ap.2009.10>
- Rosa, Dien Vidia. 2016. *Kopi Tiga Dimensi: Praktik Tubuh, Ritual/Festival, dan Inovasi Kopi Using [Three Dimensions of Coffee: Body Practices, Rituals/Festivals, and Osing Coffee Innovations]* dalam *Kebudayaan Using: konstruksi, identitas, dan pengembangannya* (Novi Anoegrajekti, Sudartomo Macaryus, Hery Prasetyo, editor). Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- _____. 2017. Ruang Negosiasi Perempuan di Balik Revolusi Kopi Using [The Women's Negotiation Space behind the Osing Coffee Revolution]. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis* Vol 2 No. 2. DOI: <http://dx.doi.org/10.17977/um-021v2i22017p063>



*Through the Bitter and Feculent
of Coffee, an Expandable Journey
Starts.*



*Membaca perjalanan hiruk pikuk kopi
akan selalu terasa seperti menyeduh lalu
menyeruput kopi panas di pagi yang
sejuk, yang kadangkala disertai
pancaran sinar matahari yang hangat
namun sesekali diiringi oleh rintik hujan.*



CV Penta Sari Media
Surabaya 60172
Email: pentasariimedia@gmail.com

ISBN 978-623-90800-4-1

