

Selera pada kopi sebagai penanda terbentuknya kelas sosial baru dalam industri hilir kopi = Taste in coffee as a sign of the formation of a new social class in coffee industry

Raden Hezty Ramadhana Retta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20445301&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kegiatan mengopi yang sedang gencar dilakukan oleh kalangan muda modern dapat dijadikan gambaran dari kelas sosial yang ada di dalam masyarakat. Kegiatan mengopi tersebut tidak lepas dari terbentuknya selera masyarakat terhadap kopi yang didasari dari rasa ingin tahu terhadap kopi. Rasa ingin tahu ini muncul dari media-media yang memberikan informasi sehingga menyebabkan berkembangnya informasi yang ada di masyarakat akan selera pada kopi tertentu. Keingintahuan ini juga memberikan peran baru bagi kedai-kedai kopi, yaitu menjadi tempat belajar dan mengetahui lebih banyak tentang kopi di masyarakat. Keingintahuan yang berkembang menjadi selera masyarakat memiliki dampak pada keberadaan kedai-kedai kopi independen dalam industri kopi. Tentu saja, ini akan membawa perubahan dalam dunia industri kopi. Keragaman preferensi individu terhadap kopi menciptakan klasifikasi sosial yang digambarkan oleh rasa kopi tertentu. Hal yang sama telah mengklasifikasikan masing-masing individu yang datang-dan-pergi di Saturday Coffee. Ekspresi diri dari perilaku masing-masing pelanggan ini yang menunjukkan preferensi dapat menggambarkan sebuah identitas. Tidak hanya pada mereka sebagai pelanggan individu, tetapi juga pada aspek yang lebih besar, yaitu adanya kelas-kelas sosial. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara mendalam serta pengamatan terlibat kepada peminum kopi dan kedai kopi. Kata kunci: kopi, kelas sosial, perilaku ekonomi, tren.

<hr>

ABSTRACT

Coffee is a result of brewed coffee beans that have been roasted and mashed into a powder. Drinking Coffee as a trend in social life, especially in young and modern people, represents a social class in society. The activity is related to the public taste on the coffee based on their curiosity of the coffee itself. This curiosity arises from vast information in social media which build tendencies in the Society to a certain coffee flavor. This curiosity also provides new role for the coffee shops, that is became a place of learning and getting to know more about coffee in the Society. Curiosity which has developed into public taste has its impact on the existence of independent coffee shops in coffee industry. Certainly, this will bring changes in the world of coffee industries. The diversity of individual preferences for coffee creates social classification which is illustrated by a certain coffee flavor. The same thing has classified each individuals who come and go in Saturday Coffee Caf . Self expression of each costumer rsquo s behavior which indicates a preference seemed to describe an identity. Not only on for them as individual costumers, but also to the larger aspects, namely the existence of social classes. This study used qualitative research methods, with indepth interview and participant observation technique. Keywords Coffee, social class, consumer behavior, trend.