

Kultur kaum muda di kalangan konsumen third wave coffee di Jakarta = Youth culture among third wave coffee consumer in Jakarta

Adisty Safitri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20478897&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Artikel ini membahas fenomena third wave coffee pada kedai kopi di Jakarta. Studi-studi mengenai konsumsi kopi sebelumnya banyak berfokus pada kopi retail second wave coffee dan pengaruh brand terhadap konsumsi kopi para konsumernya. Artikel ini berfokus pada third wave coffee yang ditandai dengan jumlah kedai kopi dan konsumernya. Third wave coffee menjadi kultur kaum muda karena kopi tidak hanya berfungsi sebagai komoditas untuk di konsumsi, namun pemahaman akan kopi itu sendiri menjadi bagian yang tidak terlepas dari kaum muda sebagai konsumen. Dalam konteks ini, taste dan distingsi menjadi unsur penting dalam konsumsi. Artikel ini melengkapi kajian sebelumnya melalui third wave coffee dan implikasinya bagi kultur kaum muda. Penulis berargumen bahwa taste dan distingsi yang melekat dalam konsumsi third wave coffee berkontribusi terhadap pembentukan kultur kaum muda di Jakarta. Artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data dari hasil studi literatur, observasi, dan wawancara mendalam pada konsumen, pekerja, dan pemilik kedai kopi third wave coffee. Kata kunci : third wave coffee; kedai kopi; kultur kaum muda; taste; distingsi

<hr>

ABSTRACT

This article discusses the phenomenon of third wave coffee at coffee shop in Jakarta. Previous studies about coffee consumption focused much on retail coffee second wave coffee and brand influence on coffee consumption of its customers. This article focuses on third wave coffee that marked by the number of coffee shops and consumers. Third wave coffee is a youth culture because coffee not only serves as a commodity for consumption, but the understanding of coffee itself becomes an unattached part of young people as consumers. In this context, taste and distinction are important elements of consumption. This article complete the previous study through third wave coffee and its implications for youth culture. Researchers argue that taste and distinction inherent in third wave coffee consumption contribute to the formation of youth culture in Jakarta. This article uses a qualitative method by collecting data from the results of literature studies, observations, and in-depth interviews on consumers, workers, and owners of third wave coffee shops. Keywords : third wave coffee; coffee shop; youth culture; taste; distinction