

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dalam kehidupan akan menghadapi bagaimana cara hidup yang dapat memuaskan diri mereka. Semakin besar kebutuhan hidup manusia maka semakin menuntut cara hidup (lifestyle) tersebut. Gaya hidup adalah cara hidup yang menyangkut bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, apa yang penting untuk diperhatikan dari segi minat dan lingkungannya, dan apa yang orang pikirkan tentang dirinya dan lingkungan sekolah di sekitarnya.

Menurut Doni (2017), gaya hidup yang dianggap mengkhawatirkan adalah gaya hidup konsumsi meninggalkan gaya hidup produksi. Gaya hidup dan cara konsumsi membawa kesenangan dan kepuasan baik fisik maupun psikologis. Namun disadari atau tidak, gaya hidup konsumtif ternyata berdampak buruk pada “kesehatan finansial”. Gaya hidup konsumtif bisa dibilang boros. Sedangkan pemborosan itu sendiri dapat dipahami sebagai perilaku berlebihan di luar kebutuhan. Selain perkembangan yang berkaitan dengan konsumen individu, masyarakat saat ini menghadapi masalah waktu yang dilalui yang selaku dihadpi dengan arus besar dan perubahan budaya yang mengikuti dalam kehidupan.

Globalisasi dapat dikatakan sebagai proses penyebaran pengaruh kapitalisme serta sistem demokrasi liberal yang akhirnya mengiring kearah hegemoni budaya, yang pada akhirnya membuat seolah semua tempat menjadi sama disegala aspek baik itu arsitektur, *fashion*, *gadget*, *life style* dan aspek lainnya (Piliang, 2010: 236). Dilihat dari arus globalisasi saat ini memberikan perubahan pada bagaimana

kopi dikonsumsi di Indonesia. Kopi yang pada awalnya dinikmati karena alasan yang sederhana dan di tempat- tempat yang sederhana, saat ini mulai mengalami perubahan. Kopi tidak hanya dilihat secara sederhana namun dilihat secara lebih kompleks mulai dari penyajian kopi hingga pada pemilihan tempat untuk mengkonsumsi kopi itu sendiri.

Menurut Prawoto Indarto dalam Ervian (2018: 8) mengatakan bahwa, kopi pertama kali dibawa oleh pihak Belanda ke Indonesia yaitu pada tahun 1696. Tujuan dibawanya bibit kopi ke Indonesia oleh Belanda adalah untuk dijadikan komoditi utama yang nantinya dapat menjadi pemasukan. Bibit kopi yang dibawa oleh pihak Belanda pada saat itu adalah kopi jenis Arabika yang rencananya akan ditanam di pulau Jawa.

Kopi di Indonesia pada awalnya dikonsumsi dengan cara yang sederhana, seperti yang umum ditemui di warung-warung kopi. Kopi dijadikan sebagai minuman yang menemani waktu santai atau dijadikan sebagai pilihan minuman untuk mengurangi rasa kantuk. kuatnya arus globalisasi akhirnya membuat cara mengkonsumsi kopi mengalami perubahan, perubahan tersebut baik dalam bentuk penyajian ataupun pada tempat-tempat yang menjual produk kopi tersebut.

Kalangan mahasiswa mayoritas akan memilih tempat yang murah, nyaman, dan fasilitas yang menunjang tempat yang dapat dijadikan untuk hangout perorangan atau bersama teman-teman mereka. Khususnya area sekitar kampus yang jaraknya lebih dekat akan menjadi pilihan utama bagi mahasiswa. Pernyataan tersebut menggambarkan lifestyle kalangan mahasiswa untuk

memilih tempat mereka bersantai atau berkumpul bersama teman-teman mereka.

Kota Padang memiliki pilihan kampus dengan ragam jurusan dimana mahasiswa dapat menempuh ilmu dan pengetahuan. Salah satu kampus yang ternama adalah Universitas Andalas yang terletak di Kecamatan Pauh kota Padang. Kawasan kecamatan Pauh termasuk lokasi teramai baik kalangan pengajar, pegawai kantor, siswa, ataupun mahasiswa. Keramaian hal tersebut akan mempengaruhi pemikiran wirausaha untuk meraih keuntungan nominal, seperti membuka usaha fotokopi, kos-kosan, kedai makanan ataupun minuman.

Banyaknya kedai kopi mulai menjadi pemandangan sehari-hari di kawasan kota Padang khususnya kecamatan Pauh. Melalui berbagai sebutan, seperti Kadai Kopi bahkan *Coffee Shop* semakin bermunculan di berbagai kalangan. Munculnya kopi juga datang dengan tema dan tujuan tertentu. Misalnya, konsep yang berbeda, penyediaan akustik, harga yang terjangkau, pilihan menu makanan dan minuman yang disesuaikan dengan mayoritas selera anak muda, pelayanan yang sejiwa antara pekerja dengan kalangan mahasiswa, dan cara penyajian menu bernuansa tradisional hingga modern tampaknya menjadi daya tarik tersendiri.

Keberadaan *Coffe Shop* mulai diminati oleh semua kalangan, khususnya mahasiswa. Secara umum, *Coffe shop* dipilih sebagai tempat berkumpulnya mahasiswa sepulang kuliah untuk hangout, bersantai, berdiskusi dengan teman mengenai pembuatan tugas. Tidak dapat disangkal bahwa bukti ini semakin mempengaruhi *Life style* mahasiswa khususnya yang tinggal di kawasan kecamatan Pauh atau area kampus UNAND.

Menurut Herlyana (2012: 190), minum kopi awalnya sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu kala. Masyarakat Indonesia kebanyakan suka kopi, hal ini dapat dilihat dari konsumsi kopi yang dilakukan baik pada pagi dan siang ataupun malam hari. Pada awalnya *coffee shop* ini hanya menyediakan tempat untuk minum kopi dan teh dengan cepat. Namun, akibat kebutuhan mahasiswa yang semakin meningkat membuat *coffee shop* menyediakan berbagai macam banyak menu dan fasilitas - fasilitas pendukung sebagai penarik bagi mahasiswa tersebut.

Dalam Buku Panduan Usaha Kedai Kopi (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2018: 1) menyebutkan bahwa kedai kopi adalah rumah makan atau rumah minum yang menjual minuman dengan menu utama kopi dan menu pelengkap lainnya. Kecintaan terhadap kopi tak lepas dari faktor historis pada masa Ekspansi Barat. *Coffee shop* tidak dipilih mahasiswa hanya sekedar untuk duduk atau menikmati kopi saja namun juga didukung dengan adanya faktor lain. Perubahan dalam konsumsi masyarakat bukan hanya sekedar pemenuhan kebutuhan namun juga pemenuhan kebutuhan yang mempertimbangkan rasa gengsi dan prestise (Solikatun, 2015: 61). Melalui observasi ditemukan *Coffee shop* yang berada di Kecamatan Pauh diantaranya disebutkan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Daftar Nama *Coffee Shop* di Kecamatan Pauh

No	<i>Coffee shop</i>
1.	Koskha Coffee & bar
2.	Lumos Coffee
3.	Bengras kopi
4.	Dapue Coffee and Roastery
5.	Hello Monday Coffee
6.	Homeland Sosial bar
7.	Lamak Coffee& shakes
8.	Kadai Pak Mu
9.	Sewarna Kopi
10.	Satu Atap
11.	Takana Kopi
12.	Konik
13.	Clayton cafe & resto
14.	Parewa Coffee and Roastery
15.	Laranja Garden
16.	Yolo Coffee
17.	Penkoffie

Sumber Data: Data pribadi, 2020

Tujuh Belas *Coffee shop* ini menawarkan berbagai konsep, menu makanan dan minuman, fasilitas yang berbeda. Data *coffee shop* di atas berusaha untuk dapat memenuhi kenyamanan dan menyesuaikan *lifestyle* untuk mahasiswa yang singgah

ke *coffee shop* mereka. Penawaran yang diberikan berupa memberikan layanan wifi gratis untuk kebutuhan sosial media dan buat tugas, selanjutnya terdapat juga *live music/acoustic* dengan tujuan tidak terlepas dari konsep marketing yang dibangun *coffee shop* untuk menarik pengunjung datang ke kedai kopi tersebut. Berkunjung ke *coffee shop* yang awalnya sebagai salah satu tempat nongkrong bagi mahasiswa kemudian berubah menjadi gaya hidup atau *lifestyle*.

Gaya hidup atau *lifestyle* merupakan hal yang sangat penting dan kerap menjadi ajang untuk menunjukkan identitas diri. Kehidupan mahasiswa yang semakin sibuk dalam rutinitas, sempitnya waktu luang, akan membuat banyak mahasiswa membutuhkan tempat untuk melepaskan ketegangan dan memperoleh suasana baru yang menghibur diri (Dewi, 2015: 2). Kebiasaan seseorang untuk menghibur diri, melepaskan ketegangan atau mencari suasana baru biasanya banyak ditemui di *coffee shop*, karena *coffee shop* menawarkan berbagai fasilitas dan kenyamanan untuk pengunjungnya.

Mahasiswa lebih memilih kafe sebagai *lifestyle* sebagai tempat hang out, bersantai dan berdiskusi tugas. Hal ini menyebabkan tumbuhnya berbagai industri baru, termasuk industri bisnis, yang lahir dari kreativitas dan inovasi seseorang. Hal ini membuat kafe menjadi kafe yang populer di kalangan mahasiswa. Salah satunya digunakan untuk menyelesaikan kebosanan dan stress yang diakibatkan dari tugas perkuliahan adalah hangout bersama teman atau bersantai. *Lifestyle* kalangan mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah alasan bagi kalangan

mahasiswa untuk memilih *Coffee shop* sebagai *lifestyle* mereka untuk berkumpul atau *hangout*.

Gaya hidup baru ini diwujudkan melalui kegiatan, ide dan opini dari kalangan anak muda, khususnya mahasiswa yang berkunjung ke Coffeeshop. Plummer (1983) menyatakan, *Lifestyle* adalah cara hidup individu, bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidup mereka, dan minat diri mereka sendiri. *Lifestyle* mahasiswa dari pemantauan mereka memilih untuk berdiskusi mengerjakan tugas kuliah, mengobrol, dan berfoto di coffee shop adalah hal yang sering dilakukan mahasiswa sebagai *lifestyle* kalangan anak muda era modern. *Lifestyle* baru dengan berbagai aktivitas di kafe ini juga menjadi salah satu favorit anak muda. Kenyamanan fasilitas itu bisa saya lihat setelah melakukan berbagai aktivitas di kafe melebihi durasi 1 jam.

Perubahan *lifestyle* pada kalangan mahasiswa sudah terlihat dalam beberapa tahun terakhir, perubahan ini terlihat pada zaman modern seperti sekarang ini, yang memiliki nilai praktis dalam menikmati kopi olahan. Selain itu, memperhatikan masalah penampilan yang melengkapi gaya hidup baru atau modern bukanlah hal baru dalam sejarah dan telah lama diperbincangkan. Jika diri individu mengikuti *style* pada zamanya maka cara hidup mereka modern dan tidak kuno (ketinggalan zaman). Inilah yang menjadikan gaya sebagai cara hidup manusia modern, jika diri individu tidak mengikuti perkembangan *lifestyle* yang ada pada diri akan diremehkan, dilecehkan atau mungkin tidak dihargai (Chaney, 2009). Memperhatikan penampilan

juga merupakan bagian dari inovasi, jika memperhatikan anak muda akan lebih percaya diri jika berpenampilan rapi dan serasi dengan gaya busana saat akan ngopi.

Perubahan sosial dan perubahan budaya yang terjadi dalam masyarakat saling terkait, dan tidak ada masyarakat yang tanpa budaya. Sebaliknya, tidak ada budaya tanpa masyarakat. Sekitar tahun 2016, kedai kopi yang dapat digunakan untuk perubahan sosial dan budaya didirikan di Saratiga, dan kedai kopi mulai ditemukan di berbagai penjuru kota. Informan yang ditemukan dari beberapa *Coffeeshop* area kecamatan Pauh tersebut juga menjelaskan bahwa dirinya telah berkunjung dan menghabiskan waktu bersama teman-temannya untuk hangout di kafe tersebut sejak sekitar tahun 2016 hingga saat ini. Sebelumnya, informan tersebut aktif di rumah, di rumah teman, atau melalui WiFi.

Dalam proses pembentukan gaya hidup baru, kalangan mahasiswa memilih untuk datang ke coffeeshop yang berbeda dari gaya hidup lama mereka dengan tidak mengonsumsi kopi olahan dan tidak pergi ke coffeeshop. Salah satu cara kalangan mahasiswa dapat mengekspresikan citra mereka adalah dengan pergi ke coffeeshop. Karena pergi ke coffeeshop menunjukkan status sosial mereka yang berbeda dibandingkan pergi ke kedai kopi yang kecil atau tempat restaurant yang mahal. Akibatnya, banyak kalangan mahasiswa yang menggunakan coffeeshop untuk menyampaikan ketenarannya ketika ingin menunjukkan status atau peran sosialnya di masyarakat. Hal ini mengarah pada tujuan peneliti untuk mengetahui bagaimana lifestyle mahasiswa baru berkembang bagi anak muda yang suka datang ke

coffeeshop.

Terdapat motif bagi kalangan mahasiswa memiliki coffee shop sebagai lifestyle mereka untuk menghabiskan waktu ataupun hangout bersama teman-temannya, selama menganalisis saat mengumpulkan data lapangan, yaitu:

1) Untuk motivasi

Berorientasi ke masa depan tindakan atau tujuan yang ingin dicapai. Ini berkaitan dengan usahanya untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa depan dan alasan orang tersebut untuk mengambil tindakan. Tindakan yang dilakukan merupakan tindakan subjektif dari setiap individu, dan tujuan serta keberadaannya tidak dapat dipisahkan dari intersubjektivitas.

2) Karena ada motifnya

Kelihatannya tidak mudah, tetapi berupaya untuk mengambil tindakan tertentu yang harus melalui proses yang panjang, dengan mempertimbangkan sosial, ekonomi, budaya dan norma berdasarkan kemampuan memahami sebelum tindakan itu dilakukan. orang.

Latar belakang di atas melihat bagaimana gaya hidup baru yang muncul di zaman modern bagi anak muda yang memilih coffeeshop sebagai bagian dari gaya hidup mereka, dan apa dampak yang akan mereka timbulkan jika gaya hidup baru diterapkan. Adanya perubahan sosial budaya seperti budaya tradisional mengarah pada budaya modern dengan menerapkan lifestyle bagi kalangan mahasiswa melalui aktivitas, pendapat dan cara berpikir. Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti secara

kualitatif akan mengolah data yang diperoleh di lapangan untuk melakukan penelitian. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi mengenai fenomena perubahan gaya hidup baru pada anak muda, serta informasi yang dapat memberikan kontribusi informasi mengenai peluang bisnis di *Coffee shop*.

Dari penjelasan diatas, penulis tertarik untuk membahas tentang lifestyle mahasiswa terhadap *coffee shop* dalam skripsi yang berjudul “Coffee shop sebagai *Lifestyle* bagi Mahasiswa di Kecamatan Pauh Kota Padang”.

B. Rumusan Masalah

Coffee shop secara sederhana dapat diartikan sebagai kedai kopi, dimana terdapatnya suatu proses dengan metode seperti penggilingan (*grinding*), penyeduhan (*brewing*) dan penggunaan peralatan manual maupun mesin (BEKRAF, 2018: 1), hal yang sama juga disampaikan oleh Yuliandri (2017), mengatakan adanya 6 ciri dari sebuah *coffee shop* yaitu, adanya menu kopi lengkap, memiliki pilihan *single origin* yang beragam, memiliki *espresso blend* milik sendiri, memiliki *signature drink*, menjual biji kopi, dan menyediakan banyak varian kopi dingin.

Secara konsep, *coffee shop* memiliki berbagai cara untuk mendatangkan pengunjungnya seperti, konsep industrial, tradisional, dan *garden*. Menurut Herlyana (2012: 190), *coffee shop* merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dalam suasana santai, tempat yang nyaman, diiringi alunan musik, baik lewat pemutar ataupun *live music*, dan menyediakan buku bacaan. Maraknya *coffee shop*

juga dibarengi dengan tema dan makna tertentu. Contohnya dengan beragam tema dalam iringan musik, terjangkauanya harga, hingga menu dengan nuansa tradisional sampai modern yang menjadi daya tarik tersendiri (Sudik, 2017: 1).

Melihat perkembangan zaman saat ini, banyak perubahan dan inovasi yang dilakukan dalam pembuatan konsep *coffee shop*. Peluang usaha kedai kopi menjadi sangat luas karena pada masa gelombang ketiga kopi, dimana kopi mulai dinikmati dan diteliti. Pada era ini, ilmuwan terus berinovasi mengembangkan peralatan dan cara pengolahan biji kopi sehingga menjadi minuman yang memiliki cita rasa yang khas. Dan pada saat ini terjadinya perubahan dalam konsep *coffee shop* seperti tempat, minuman yang disediakan, dan penawaran fasilitas yang diberikannya.

Perubahan ruang *coffee shop* dan gaya hidup mempengaruhi dan mengubah pola konsumsi serta motif individu. Hal ini mengingat adanya kecenderungan seseorang dalam memilih gaya hidup, menggunakan benda dalam proses konsumsinya (Tomlinson 1990: 20 dalam Fauzi 2017: 2). Pada saat ini, warung kopi sudah mengalami perubahan akibat modernisasi, yang mana mengunjungi *coffee shop* bukan hanya sebagai tempat melakukan aktivitas konsumsi tetapi, juga menjadi salah satu gaya hidup bagi sebagian mahasiswa saat ini (Kurniawan, 2017: 12).

Bertambahnya peningkatan kedai kopi disekitar kampus Universitas Andalas, Politeknik Negeri Padang, dan Universitas Negeri Padang menunjukkan antusias mahasiswa terhadap kopi sangat tinggi, sehingga menimbulkan aktivitas- aktivitas yang sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Contoh hal lain mulai dari ada

yang berkumpul untuk sekedar bercengkrama, bermain game, membuat tugas, dan ada yang cuma sekedar nongkrong.

Maraknya kedai minuman yang berdiri didaerah sekitar kampus Kecamatan Pauh Kota Padang, sampai saat ini, peneliti melihat tidak berkurang minat dari mahasiswa/mahasiswi disekitar kampus untuk *ngopi*. Akan tetapi ketertarikan mahasiswa/mahasiswi disekitar kampus semakin tinggi untuk *ngopi*. Pada dasarnya berbagai alasan digunakan mahasiswa/mahasiswi untuk *ngopi* seperti, ingin buat tugas, bermain game, dan diskusi ringan bersama teman-teman. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian di *coffee shop*, Kecamatan Pauh Kota Padang, karena peneliti ingin melihat bagaimana *coffee shop* bisa menjadi *lifestyle* bagi mahasiswa Kecamatan Pauh.

Untuk memperkecil ruang lingkup penelitian agar peneliti tetap fokus dengan tujuan dan capaian penelitian, maka pada penelitian ini dapat dirumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apa faktor yang menjadi daya tarik bagi mahasiswa datang ke *coffeeshop* di Kecamatan Pauh ?
2. Bagaimana *coffee shop* bisa menjadi *lifestyle* bagi mahasiswa Kecamatan Pauh?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan faktor apa saja yang menjadi daya tarik *coffeeshop* bagi mahasiswa di Kecamatan Pauh.

2. Mendeskripsikan bagaimana berkunjung ke *coffee shop* menjadi *lifestyle* bagi mahasiswa di Kecamatan Pauh.

D. Manfaat Penelitian

Secara akademik, penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah kajian Antropologi yang begitu kompleks dan mendalam, setidaknya memberikansumbangan mengenai kajian gaya hidup sebagai bentuk perilaku manusia.

E. Tinjauan Pustaka

Tulisan ini mengenai terbentuknya *lifestyle*, *coffee shop* dan beberapa sejarah tentang kopi. Beberapa tulisan yang dibahas dimulai dengan sejarah kopi, *coffee shop* dan *lifestyle*, dengan tema yang berbeda-beda seperti:

Gumulya dan Helmi (2017), yang mengatakan bahwa kopi Indonesia dibawa masuk pada masa kolonial belanda, sehingga menjadikan Indonesia sebagai penghasil kopi utama di dunia. Namun menurut Gumulya, kopi Indonesia kurang diapresiasi oleh masyarakat dan itu sangat disayangkan, karena minimnya pengetahuan mengenai penyajian dan pembuatan kopi di Indonesia. Dalam jurnal ini, dapat memberikan informasi kepada saya tentang bagaimana sejarah kopi mulai masuk ke Indonesia bahkan, Indonesia pun pernah menjadi penghasil kopi utama di dunia, dan cara penyeduhan, pengetahuan juga diadaptasi dari bangsa Eropa. Hal ini memudahkan saya dalam memahami bagaimana kopi itu berkembang di Indonesia.

Dewi dan Samuel (2015), mengatakan Industri tour & travel dapat memicu perkembangan gaya hidup konsumen di Surabaya. Namun permasalahannya bagi

masyarakat ekonomi menengah ke atas, berlibur sudah menjadi *lifestyle* yang mana mereka rela mengorbankan apapun demi jasa promosi harga demi tujuan wisata yang ingin dikunjungi. Persamaan jurnal dengan penelitian ini dilihat pada pembahasan mengenai *lifestyle* dan adapun perbedaan jurnal dengan penelitian yang akan diteliti oleh saya terletak pada metode yang digunakan, tempat penelitian dan fokus penelitian. Pada jurnal ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, tempat penelitian yang dilakukan di Kota Surabaya, dan fokus penelitian terhadap tempat tujuan wisata, harga, dan promosi. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh saya menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertempat di Kota Padang dan fokus kepada bagaimana *coffee shop* mempengaruhi *lifestyle* bagi mahasiswa.

Ompusunggu dan Djawahir (2011), mengatakan bahwa fenomena perilaku konsumen warung kopi di Malang selalu melakukan aktivitas diskusi, berinteraksi dan rapat. Karena konsumen warung kopi menganggap bisa merasakan suasana santai tetapi masih dalam ruang lingkup topik yang serius tanpa harus dibatasi oleh peraturan. Aktivitas yang ada di warung kopi merupakan refleksi kebutuhan yang sangat penting bagi konsumen. Ada beberapa persamaan jurnal dengan penelitian yang akan dilakukan oleh saya, yaitu membahas tentang *lifestyle* dan warung kopi. Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti dalam hal fokus permasalahannya, dimana pada jurnal ini lebih membahas tentang perilaku, karakteristik konsumen berdampak secara tidak langsung terhadap pengembangan warung kopi, sedangkan pada fokus penelitian oleh saya lebih kepada faktor pendorong yang menjadi daya

tarik *Coffee shop* bagi mahasiswa Kecamatan Pauh dan bagaimana *Coffee shop* bisa menjadi *lifestyle* bagi mahasiswa Kecamatan Pauh.

Widyastuti (2011), mengatakan Kafe adalah salah satu pilihan untuk memenuhi kebutuhan hedonis. Untuk budaya anak muda, konsumsi ini untuk mengekspresikan identitas sosial. Sebagai bentuk modernitas, gaya hidup kaum muda dibentuk menjadi 'budaya konsumen'. Permintaan yang kuat akan gaya hidup membuat produsen memproduksi industri kafe yang ada secara terus-menerus dan menciptakan strategi variasi baru untuk kebutuhan konsumen. Selain makanan, minuman, layanan, dan desain interior menjadi penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga Widyastuti berkesimpulan bahwa arsitektur (desain/warna/pencahayaan/parkiran/dll) telah mempengaruhi generasi muda untuk mengkonsumsi di kafe. Persamaan skripsi dengan penelitian yang akan dilakukan pada *lifestyle* yang mempengaruhi generasi muda. Adapun terdapat perbedaan antara skripsi ini dengan penelitian yang akan diteliti, yaitu pada fokus penelitian dimana pada skripsi ini lebih menekankan kepada arsitektur yang mempengaruhi *lifestyle* sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan lebih terfokus kepada *coffee shop* dapat membentuk *lifestyle*.

Terciptanya sebuah budaya dengan istilah *nongkrong*, menurut Ahmad Fauzi, dkk (2017), mengatakan bahwa penyebaran terhadap keberadaan anak muda yang sarat muatan untuk memenuhi keinginan, selera, dan pembentukan gaya hidup mereka. Kafe itu tidak hanya menjadi tempat *nongkrong* secara fungsional, tetapi juga

diartikan telah bergeser dari nilai pakai yang mengarah pada nilai tanda. Kafe bukan lagi tempat yang penting untuk kebutuhan fisik atau biologis semata, tetapi sebagai simbol eksistensi diri dan gaya hidup anak muda di Denpasar. Pada dasarnya jurnal ini sama dengan penelitian yang akan diteliti tetapi yang membedakannya pada lokasi penelitian. Dimana pada jurnal ini penelitian dilakukan di Denpasar sedangkan pada penelitian yang akan diteliti berlokasi di Kota Padang.

Menurut Budiharjo (2012), tentang gaya hidup dengan tempat/tata ruang bahwa gaya hidup mahasiswa di koridor Babarsari adalah gaya hidup perkotaan yang menciptakan ruang-ruang baru dalam hal komersial dikarenakan tingkat kebutuhan mahasiswa sangat tinggi. Dari hasil skripsi ini menjelaskan adanya pengaruh ruangan baru terhadap kebutuhan mahasiswa seperti adanya ruangan yang bisa memfasilitasi kebutuhan mahasiswa dan menjadikan gaya hidup baru untuk mahasiswa. Skripsi ini mempunyai konsep yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan akan tetapi, pada penelitian yang akan dilakukan terfokus pada bagaimana mahasiswa memanfaatkan waktu luang ditempat *coffee shop*.

Solikatun, dkk (2015), menyimpulkan bahwa perilaku konsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi dapat dilihat dari aktor atau peminum kopi, aktivitas yang dilakukan, penampilan, alasan konsumsi kopi dan tempat minum kopi. Perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi yang nampak secara langsung (riil) adalah peminum kopi menikmati secangkir kopi yang telah dipesan. Dalam perilaku mengonsumsi kopi ada alasan dan makna tertentu dari setiap individu. Alasan sendiri

dapat dibedakan menjadi dua yaitu motif karena yaitu rasa gundah dalam menghadapi suatu masalah. Sementara itu motif untuk adalah penghilang rasa jenuh, keinginan berkumpul bersama, menikmati aroma dan rasa minuman kopi yang khas, serta minum kopi yang berkualitas dan harganya mahal. Jurnal ini memberikan penjelasan tentang motif individu mengonsumsi kopi. Hal ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, yaitu pada individu yang mengonsumsi kopi. Tetapi perbedaannya skripsi ini lebih mencari motif individu didalam mengonsumsi sebuah minuman kopi. Sedangkan pada penelitian yang saya lakukan lebih memfokuskan kepada bagaimana terbentuknya *lifestyle* melalui *coffee shop*.

Basu Swastha dan Irawan (1997), Dalam sistem penjualan sesuatu dalam pembelian baik itu dalam bentuk barang maupun jasa dari pihak yang satu ke pihak yang lainnya dengan baliknya sebuah modal dan keuntungan yang diterima. Sistem penjualan juga merupakan sumber pendapatan pedagang, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh. Jurnal ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti didalam hal penjualan. Dimana pada *coffee shop* yang akan diteliti terjadinya transaksi jual beli antara konsumen dan penjual. Dan jurnal ini membantu peneliti dalam memahami apa itu transaksi jual beli.

Menurut Philip Koetler (2008), mengatakan bahwa penjualan merupakan sebuah proses sosial yang mampu mengelola suatu hal berbentuk barang dan jasa, dimana

dari individu dan sebuah kelompok tersebut mendapatkan apa yang dibutuhkan, diinginkan serta dapat menciptakan, menawarkan, dan mempertukar belikan sebuah produk yang bernilai kepada pihak yang membutuhkan.

Dari beberapa tinjauan pustaka diatas memberikan pengetahuan kepada peneliti terhadap *lifestyle*, *coffee shop*, dan perilaku konsumsi kopi. Dimana itu sangat berguna bagi saya untuk sebagai acuan sebelum melakukan penelitian. Jadi, penelitian yang saya lakukan tentang budaya *ngopi* pada mahasiswa/mahasiswi berkaitan dengan tempat yang dikunjungi (*coffee shop*) yang menentukan gaya hidup (*lifestyle*). Sehingga menariknya dalam penelitian ini adalah melihat apa yang menjadi faktor pendukung kenapa mahasiswa/mahasiswi memilih *coffee shop* untuk menikmati kopi tersebut (*ngopi*). Alasan-alasan tersebut terlihat dari fenomena banyaknya kedai kopi yang sekarang berdiri dikawasan kampus (Unand, Politeknik, dan UNP) di Kecamatan Pauh dan bagaimana *lifestyle* terbentuk dari *coffee shop*.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Goodenough, kebudayaan merupakan sebuah sistem yang terdiri dari pengetahuan, kepercayaan dan nilai-nilai yang terdapat didalam pikiran individu serta masyarakat, yang menjadikannya sebagai sebuah pedoman bagi terwujudnya suatu perilaku. Memiliki persamaan dengan Koentjaraningrat atau dalam arti lainnya perspektif yang sama, menyebutkan “ bahwa sebuah kebudayaan secara keseluruhan memiliki sistem gagasan, tindakan, serta karya yang dapat dihasilkan oleh manusia kedalam kehidupan dimasyarakat, dengan adanya proses belajar” (Koentjaraningrat,

2009: 144).

Dengan kata lain, lingkungan atau masyarakat dan kebiasaan yang sudah ada didalam suatu masyarakat dapat mempengaruhi sebuah kebudayaan atau kebiasaan dari seseorang. Tindakan seseorang harus diperhatikan dengan kepastian tertentu, karena adanya tingkah laku melalui tindakan sosial. Hal inilah yang menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Bentuk-bentuk kebudayaan memiliki arti yang mendalam dan bermakna dalam berbagai macam artefak/peninggalan benda bersejarah lainnya dan berbagai status kesadaran yang dimiliki oleh seseorang. Kebudayaan terdiri dari pola secara umum, kejadian- kejadian, tindakan yang diamati dalam sebuah kebenaran yang terjadi dalam salah satu organisasi tertentu.

Konsumerisme menggambarkan masyarakat di mana banyak orang membentuk tujuan hidup mereka sebagian dengan memperoleh aset yang jelas-jelas tidak mereka butuhkan untuk hidup atau lihat. Mereka terjat dalam proses belanja dan menghilangkan sebagian identitas mereka dari barang-barang baru yang mereka beli dan pameran. Dalam masyarakat ini, sejumlah agensi mendorong dan menanggapi konsumsi, dari pemilik toko yang berusaha menarik pelanggan untuk membeli lebih dari yang diperlukan hingga memproduksi desain baru dengan mengerjakan sampel yang ada hingga pengiklan yang ingin menciptakan permintaan baru.

Menurut Suyanto (2013), budaya konsumtif kini telah menjadi ideologi baru. Ideologi itu secara aktif memberi makna pada kehidupan melalui konsumsi bahan. Ideologi ini pun melandasi rasionalitas masyarakat kita saat ini, sehingga segala

sesuatu yang dipikirkan atau dilakukan diukur dengan perhitungan material. Pemikiran inilah yang juga membuat orang tidak pernah lelah bekerja keras mengumpulkan modal untuk bisa mengkonsumsi. Bahkan, ideologi konsumerisme telah merambah ke hampir semua bidang kehidupan masyarakat, mulai dari politik hingga sosial budaya. Konsumerisme dalam hal ini dilihat sebagai proses yang mendehumanisasi dan mendepolitisasi orang karena banyak warga yang aktif dan kritis telah berubah menjadi konsumen dan kritikus atau pencari sibuk pedang pasif (Alfitri: 2007).

Budaya konsumen sering dipandang sebagai budaya langsung yang cenderung menolak suatu proses, sehingga kelompok masyarakat yang menentanginya melihatnya sebagai budaya berpikir dangkal, tidak bernilai, makna ambigu, mencari sensasi, perilaku korup, dan orang-orang ideologis dan kejam. Dari perspektif industri budaya, budaya konsumen ini adalah budaya yang lahir dari kehendak media dan perubahan lifestyle seseorang (Sapei: 2016).

Budaya konsumeratif dapat dikaitkan dengan tiga wujud kebudayaan pada permasalahan yang diteliti mengenai ide dalam mengembangkan *coffee shop* yang menyesuaikan lifestyle terhadap kalangan mahasiswa. *Pertama*, menu signature yang dimiliki dan konsep yang akan digunakan. *Kedua*, tindakan seseorang ketika berada di sebuah *coffee shop*. Bagaimana bersikap terhadap *coffee shop* yang satu dengan memiliki banyak fasilitas yang lengkap namun sempit dan *coffee shop* yang kedua memiliki kekurangan terhadap fasilitas seperti *wifi* namun tempat yang cukup luas.

Dan yang terakhir hasil karya yang dibuat seseorang kedalam sebuah *coffee shop* yang didirikan, seperti konsep, *menu signature*, *view* dan fasilitas-fasilitas sebagai pendukung dari *coffee shop*. Hal inilah yang membuat *coffee shop* menjadi sebuah pedoman bagi seseorang agar memiliki usahanya sendiri dan memiliki kaitannya dengan era modern yang sampai saat ini.

Cyril E. Black (1976), modernisasi merupakan proses yang mendeskripsikan lembaga-lembaga yang dilahirkan dalam sejarah sesuai dengan fungsi-fungsi yang berubah secara cepat dengan tumbuhnya pertambahan pengetahuan yang belum pernah terjadi. Namun, telah memungkinkan seseorang untuk mengontrol lingkungannya, serta revolusi terhadap ilmu pengetahuan. Modernisasi merupakan suatu perubahan dari tradisional menuju ke yang lebih maju atau meningkat didalam aspek kehidupan masyarakat, baik dalam segi budaya, politik, ekonomi, dan lain-lainnya.

Pada saat ini modernisasi banyak terlihat melalui *coffee shop* dikarenakan *coffee shop* tidak hanya menjual sebuah minuman kopi dari bubuk kopi hitam saja, melainkan banyaknya varian terhadap kopi tersebut. Seperti adanya menu kopi yang diadaptasi dari wilayah Barat, yaitu ; *espresso*, *cappucino*, *coffee latte*, *americano*, *mochaccino*, *machiato*, dan *frappuchino*. Dalam contoh lainnya, mahasiswa pergi *ngopi* untuk menikmati konsep yang ditawarkan oleh *coffee shop* tersebut.

Coffee shop merupakan suatu usaha dibidang jasa makanan dan minuman sesuai dengan apa yang dijelaskan pada UU No. 10 Tahun 2009 tentang “usaha jasa

makanan minuman adalah usaha jasa yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, contohnya restoran, cafe, jasa boga, bar dan kedai minum”. *Coffee shop* yang ada pada saat ini, selain memberikan kenyamanan juga mempunyai beragam konsep yang ditawarkan untuk menarik minat pengunjung sesuai dengan kebutuhan pengunjungnya masing-masing. Dengan adanya penawaran kenyamanan dan fasilitas yang diberikan oleh *coffee shop* pada mahasiswa membuat adanya kebiasaan untuk selalu mengunjungi *coffee shop* yang sesuai dengan seleranya masing-masing.

Menurut Juwita (2018), *Pop culture* dan budaya populer adalah bagian dari globalisasi saat ini dan berhubungan dengan mode, superstar, gaya hidup, transportasi, dan lainnya. Pengertian budaya atau kebudayaan dari sudut pandang psikologi yang dipopulerkan oleh Geert Hofstede (1984:21), adalah suatu lingkungan di mana seseorang menemukan dirinya, bukan sekedar sebagai tanggapan terhadap pemikiran manusia atau “memprogram pikiran”. interaksi antara orang-orang, termasuk pola-pola tertentu, sebagai anggota kelompok. Definisi Hofstede menekankan bahwa manusia sebagai individu memiliki gagasan.

Berbagai karakteristik, sudut pandang, atau gambar. Perubahan ini pada dasarnya berkaitan dengan hubungan dengan orang lain; Misalnya, anak memiliki karakter yang berbeda-beda tergantung dari karakter yang dilihatnya dan pengalamannya berinteraksi dengan orang tuanya. Selain itu, jika anak termasuk dalam kelompok yang jauh lebih besar dan lebih besar dari lingkungan rumah, maka kepribadian anak

akan terus berubah. Oleh karena itu, dari segi psikologis, makna kata budaya cenderung lebih menekankan budaya sebagai upaya manusia untuk menghadapi problematika kehidupan, komunikasi, dan upaya pemenuhan kebutuhan fisik dan psikis (Rulli: 2014).

Menurut Beb Agger, Burgin (2009: 100) menyatakan bahwa budaya yang ingin memasuki dunia hiburan umumnya menempatkan unsur populer dalam pandangan utamanya. Budaya ini akan memperoleh kekuatan jika digunakan sebagai pengaruh untuk menyebarkan media massa kepada masyarakat. Hal ini ditegaskan oleh Bungin (2009: 92) menjelaskan bahwa pop culture yang dapat mengelompokkan budaya menjadi empat aliran:

- 1) Budaya didasarkan pada kesenangan yang tidak penting dan mencegah orang bosan saat bekerja sepanjang hari.
- 2) Budaya populer menghancurkan nilai-nilai budaya tradisional.
- 3) Dari perspektif ekonomi kapitalis, budaya adalah isu utama.
- 4) Budaya populer adalah budaya yang berasal dari atas.

Sederhananya, budaya populer adalah budaya populer yang diciptakan oleh teknologi industri yang diproduksi secara massal dan dijual untuk menguntungkan khalayak konsumen massal. Budaya pop adalah budaya pop yang diciptakan untuk pasar massal (Strinati, 2007:13). Selain itu, definisi budaya pop adalah kekuatan dinamis yang menghancurkan garis kelas lama, selera tradisi, dan mengaburkan

segala macam perbedaan. Budaya populer adalah gaya, ide, atau perspektif dari sikap yang sama sekali berbeda dari arus utama atau budaya tinggi (MacDonald, 1957: 62). Minum kopi di kafe sudah menjadi tradisi kuat budaya Indonesia. Ini dimulai dengan cara yang sangat unik dalam menyiapkan kopi: kopi yang baru diseduh. Wiraseto (2016: 62) menyatakan bahwa kedai kopi selalu menyajikan kopi yang baru diseduh. Ini adalah warisan tradisi menyeduh kopi Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa minum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia kuno, baik di rumah maupun di tempat umum seperti kafe, dan merupakan ciri khas budaya lokal mereka sendiri.

Selain itu, ia menunjukkan bahwa budaya minum kopi di kafe komunitas terus berkembang secara dinamis seiring dengan faktor-faktor yang menyebabkan perubahan dari dalam dan luar (Harsojo, 1998: 120). Kopi tidak lagi dibuat sambil minum kopi di rumah, tetapi kedai kopi sudah menjadi budaya populer.

A *The Oxford English Dictionary* mengatakan bahwa adanya penggunaan istilah gaya hidup atau *lifestyle* oleh Alfred Adler (psikolog), dalam menunjukkan karakter dasar dari seseorang seperti yang sudah ditetapkan pada masa kanak-kanak yang mengatur dalam segi reaksi dan tingkah laku. Konsep gaya hidup digunakan secara luas di Amerika pada penelitian tentang sub-urbanisasi pada 1950-an dan 1960-an (Bell, 1958, 1968; Marshall, 1973). Menurut Zukin (1998 dalam Budiharjo, 2012: 34), mengatakan bahwa gaya hidup perkotaan merupakan sebuah pencarian modal kebudayaan (*cultural capital*) yang meningkatkan konsumsi ruang-ruang baru,

seperti restoran dan *coffee bar*.

Gaya hidup selalu digambarkan dengan kegiatan, minat dan pendapat dari seseorang. Gaya hidup yang dimiliki bersifat tidak permanen dan cepat berubah. Ahli psikologi Alfred Adler (1929 dalam Budiharjo, 2012:30) gaya hidup merupakan sekumpulan perilaku yang mempunyai arti baik dari individu maupun orang lain disuatu tempat, termasuk hubungan sosial, konsumsi barang, *entertainment* dan berbusana.

Menurut Koetler, gaya hidup yang dijalani oleh seseorang dapat diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opini. Gaya hidup mendeskripsikan “diri seseorang” pada saat berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup memiliki caranya sendiri sesuai dengan kebutuhan dari individu agar dapat dilihat dan dikenali. Dari bagaimana individu menghabiskan waktu/aktivitas, apa yang dirasa penting dalam hidupnya/ketertarikan dan apa yang mereka pikirkan tentang lingkungannya (Plummer, 1983 dalam Praditya, 2015).

Hubungan positif antar gaya hidup dan keputusan pembelian dapat dikatakan bahwa konsumen menjadikan gaya hidup sebagai sebuah pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian. Maka dari itu banyak para pengusaha menciptakan pasar sebagai sebuah keadaan dalam menampung minat dari konsumen kopi yang tinggi. Karena kebiasaan dari minum kopi merupakan sebuah kebutuhan dasar bagi para penikmat kopi. Kebiasaan adalah hasil dari proses pengambilan keputusan yang dilakukan dengan cepat. Maka, tidak heran dari kebiasaan itu muncul

kecenderungan baik dari pengusaha maupun konsumen.

Perilaku yang terjadi antara konsumen dan penyedia kebutuhan konsumen muncul karena adanya hubungan antar individu. Seperti yang dinyatakan oleh Clark 1985 (dalam Budiharjo, 2012: 34), bahwa individu yang hidup bersama dalam suatu bagian dengan perbedaan latar belakang akan membentuk sebuah perilaku sosial dan kebiasaan baru. Hal itu menjadi munculnya sebuah *lifestyle*.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif, dimana mengambil data langsung ke lapangan sehingga dalam pengambilan data tersebut secara empiris dan sebenarnya. Bogdan dan Taylor (1975: 5), mengartikan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang perilakunya dapat diamati. Menurut Creswell (2015:56-63) metode kualitatif sangat cocok untuk digunakan dalam pendekatan penelitian etnografi. Creswell mengusulkan ciri-ciri metode kualitatif sebagai berikut :

- Lingkungan alamiah, bagaimana para peneliti kualitatif mengumpulkan data selama dilapangan, dimana para partisipan mengalami masalah yang dikaji dalam penelitian tersebut.
- Peneliti sebagai instrumen penting dalam mengumpulkan data dengan

mempelajari dokumen, mengamati perilaku partisipan, dan mewawancarai partisipan.

- Beragam metode biasanya mengumpulkan beragam bentuk data, seperti wawancara, pengamatan dan dokumen.
- Pemikiran yang kompleks melalui logika induktif dan deduktif, diatur dalam membangun berbagai pola, kategori, dan tema secara “bottom up”, yaitu dengan mengorganisasikan data secara induktif menjadi satuan informasi yang semakin abstrak.
- Pemaknaan partisipan selama dalam proses penelitian kualitatif, para peneliti menjaga fokusnya terhadap pemaknaan dari partisipan terhadap permasalahan atau isu tertentu.
- Desain baru dan dinamis merupakan perencanaan awal dari riset tidak dapat ditetapkan secara pasti, namun semua tahap dari proses tersebut dapat berubah setelah peneliti memasuki lapangan dan mulai mengumpulkan data.
- Refleksivitas adalah cara peneliti memposisikan diri mereka dalam studi kualitatif. Dalam artian, peneliti menyampaikan bagian metode, pengantar, atau ditempat dalam laporan penelitian.
- Pembahasan holistik mencoba mengembangkan gambaran secara lengkap tentang permasalahan dalam studi kualitatif.

Menurut Creswell (2015: 56), secara metaforis penelitian kualitatif digambarkan sebagai sehelai kain yang rumit, yang tersusun dari benang-benang yang sangat kecil, memiliki banyak warna, berbagai macam tekstur, dan beragam campuran bahan. Kain ini tidak dapat dijelaskan secara mudah dan sederhana. Karena aktivitas-aktivitas yang dikerjakan manusia membuat banyaknya perbedaan pengalaman yang dialami oleh individu tersebut.

Keterkaitan antara pengamatan dan kehadiran peneliti selama melakukan penelitian dilapangan, peneliti menggunakan pendekatan studi etnografi dengan tipe etnografi realis yaitu dimana peneliti berperan sebagai pengamat dalam sebuah objektif, melihat dan merekam adanya fakta-fakta dengan sikap peneliti yang tidak memihak siapapun. Menurut Cresswell etnografi realis sebagai berikut:

“Pendekatan tradisional yang digunakan oleh para antropolog kebudayaan. Etnografi realis mereflesikan suatu pendirian tertentu yang diambil dari individu yang sedang diteliti. Etnografi realis merupakan suatu laporan objektif tentang situasi, ditulis dalam sudut pandang orang ketiga dan melaporkan secara objektif informasi yang dipelajari dari partisipan disuatu tempat (2015:129)”.

Dalam studi etnografi realis peneliti memposisikan posisinya sebagai orang yang tidak berpihak dan melaporkan apa yang dilihat dari informan. Etnografi selalu dikaitkan dengan observasi partisipan atau pengamatan partisipan, karena peneliti ikut serta dalam kegiatan sehari-hari dari masyarakat tersebut. Peneliti dalam pendekatan etnografi juga harus memaknai bagaimana sikap, cara berbicara, dan interaksi yang dilakukan oleh individu yang satu ke individu yang lain. Ciri utama dalam sebuah pendekatan etnografi adalah :

- Etnografi berfokus kepada alasan seluruh kelompok atau bagian dari sebuah kelompok. Menurut Wolcott (2008), mengatakan bahwa etnografi bukan studi tentang kebudayaan melainkan perilaku sosial.
- Etnografi juga dapat mendeskripsikan tentang ritual-ritual, perilaku sosial yang ada dalam adat, dan kebiasaan-kebiasaan dari aktivitas kelompok. Berarti dari sebuah kelompok kebudayaan harus lengkap dan mampu membangun pola kerja yang jelas.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan atas dasar tempat berdirinya *coffee shop* yang menjadi sampel penelitian. Secara umum, lokasi berada pada basis sosial mahasiswa/mahasiswi di Kecamatan Pauh Kota Padang. Banyak kedai kopi yang menyediakan konsep serta memenuhi kebutuhan mahasiswa untuk *ngopi*. Hal ini didukung dengan adanya tiga sarana pendidikan tinggi yaitu Universitas Andalas, Politeknik Negeri Padang dan Universitas Negeri Padang. Banyaknya kedai kopi yang berdiri pada penelitian ini merujuk kepada artikel yang menjelaskan karakteristik sebuah kedai kopi untuk bisa dikatakan kedai kopi yaitu diantaranya Laranja Garden yang terletak di Kelurahan Kapalo Koto, Parewa *coffee and roastery* yang terletak di Kelurahan Koto Luar dan Dapue *coffee and roastery* terletak di Kelurahan Binuang Kampung Dalam. Selain itu alasan peneliti melakukan penelitian dilokasi ini adalah lokasi penelitian yang dekat dengan tempat tinggal peneliti. Sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian dan mendapatkan data dan peneliti juga sering *nongkrong* di *coffee shop* yang berada dilokasi penelitian.

Mengingat pada saat sekarang ini, dunia sedang dilanda wabah virus Covid- 19, sehingga banyak aspek dari kegiatan manusia terbatas. Karena penelitian ini berorientasi pada mahasiswa dikampus Universitas Andalas dan Politeknik Padang. Namun seiring perkembangan kasus Covid-19 saat ini, sudah banyak peraturan yang mungkin meminimalisir dalam pengambilan data. Kebijakan tentang *newnormal* memungkinkan banyak *coffee shop* yang sudah buka dengan menggunakan protokol kesehatan. Sehingga untuk kendala nantinya saat penelitian akan diperhatikan protokol kesehatan dan pada umumnya kedai kopi sudah menerapkan hal tersebut sehingga masih tetap buka.

3. Informan Penelitian

Creswell (2015: 207), mengatakan bahwa salah satu langkah penting dalam proses penelitian adalah menemukan mahasiswa/mahasiswi yang hendak diteliti. Dalam riset kualitatif sering disebut juga sebagai informan. Menurut Spradley (2006: 36), informan merupakan pembicara asli (*native speaker*) yang oleh etnografer, informan diminta untuk berbicara dalam bahasa atau dialeknya sendiri sebagai sumber informasi dan guru bagi etnografer. Spradley (2006: 53- 58), juga mengatakan ada beberapa prinsip etika yang harus diketahui etnografer, diantaranya :

1. Mempertimbangkan informan terlebih dahulu
2. Mengamankan hak, kepentingan dan sensitivitas informan
3. Menyampaikan tujuan penelitian
4. Melindungi privasi informan
5. Jangan mengeksploitasi informan
6. Memberikan laporan kepada informan

Cara pemilihan informan berdasarkan kriteria yang dikenal dengan *purposive sampling*. Dalam menentukan *sampling* (informan) yang ditetapkan berdasarkan kriteria dan harus dipastikan informan mengalami fenomena yang sedang dipelajari atau berhubungan dengan tujuan riset yang sedang dilakukan agar individu-individu yang ditetapkan sebagai informan telah mewakili semua mahasiswa yang datang ke *coffee shop*. Berdasarkan kriteria tersebut maka penentuan informan yang akan diteliti adalah pemilik *coffee shop* dan karyawan yang bekerja disana, pengunjung (mahasiswa/mahasiswi) yang datang ke *coffee shop*. Pemilihan informan pada penelitian ini didasarkan pada kesesuaian kriteria informan dengan masalah penelitian. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*, dimana melakukan pemilihan informan kunci dan informan biasa. Informan kunci adalah informan yang mengalami suatu atau yang merasakan langsung suatu fenomena yang terkait dengan penelitian. Sedangkan informan biasa adalah yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti (Hendarso dalam Dian, 2019:24). Dengan demikian pemilihan informan pada penelitian ini terbagi :

1. Informan Kunci

Pada penelitian ini, informan kuncinya adalah 6 orang mahasiswa yang berada di Kecamatan Pauh Kota Padang. Kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi dari tiga kampus yang berada di Kecamatan Pauh Kota Padang, mahasiswa yang sering datang berkunjung ke *coffee shop*, dan bersedia untuk diwawancara. Karena gaya hidup yang dijalani mahasiswa selama nongkrong

di *coffee shop*, diciptakan dari mahasiswa-mahasiswi yang sering dan beraktifitas yang memakan waktu lama selama berada di *coffee shop*. Latar belakang ekonomi dan daerah asal juga menjadi kriteria utama bagi peneliti dalam menentukan informan. Karena mahasiswa yang berada di Kecamatan Pauh Kota Padang, tidak semuanya yang berasal dari Kota Padang dan tinggal di Kota Padang. Peneliti memilih ke enam informan juga berdasarkan informasi tambahan dari barista yang bekerja di *coffee shop*.

2. Informan biasa

Informan biasa yang akan peneliti pilih adalah enam orang yang terdiri dari pemilik *coffee shop* dan pekerjanya. Pemilik *coffee shop* yang biasa disebut dengan *Owner* dan orang yang bekerja sebagai pembuat kopi disebut dengan barista. Dan yang terdiri dari owner yaitu masing-masing dari pemilik *coffee shop* yang akan diteiti dan 3 orang barista yang sudah lama bekerja di *coffee shop* tersebut. Kebiasaan mahasiswa dalam menghabiskan waktu luang di *coffee shop* menjadikan pemilik dan barista sebagai informan didalam penelitian. Karena baik pemilik atau barista akan melihat kegiatan apa saja yang dilakukan dan bahkan berinteraksi secara langsung dengan mahasiswa.

Tabel 2 berikut adalah inisial nama informan yang peneliti wawancara :

Tabel 2. Informan Penelitian

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Universitas	Status Informan
1.	TW	27	L	-	Pemilik Laranja Garden
2.	SH	28	L	UNAND	Pemilik Parewa <i>Coffee</i>
3.	JA	28	L	-	Pemilik Dapue Kopi
4.	NA	24	L	UNAND	Barista Laranja Garden
5.	RL	25	L	PNP	Barista Parewa <i>Coffee</i>
6.	HA	24	L	-	Barista Dapue Kopi
7.	ND	23	L	UNAND	Pelanggan Laranja Garden
8.	HF	24	L	UNAND	Pelanggan Laranja Garden
9.	ZJO	23	P	UNP	Pelanggan Parewa <i>Coffee</i>
10.	EM	23	P	UNP	Pelanggan Parewa <i>Coffee</i>
11.	AP	23	P	UNAND	Pelanggan Dapue Kopi
12.	FSP	21	L	UNAND	Pelanggan Dapue Kopi

Sumber Data: Data Pribadi, 2021

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data mencakup pencarian izin, pelaksanaan strategi sampling kualitatif yang baik, mengembangkan cara untuk merekam informasi, baik digital maupun kertas, menyimpan data dan mengantisipasi persoalan etika yang mungkin muncul (Creswell, 2015: 205). Jadi, dalam penelitian ini untuk menyelidiki dan mendapatkan data yang dibutuhkan harus sesuai dengan prosedur dan tugas etnografer diuraikan diatas maka perlu:

1. Pengamatan

Pengamatan dilakukan berdasarkan tujuan dan pertanyaan penelitian. Mengamati berarti menggunakan kelima indra peneliti. Peneliti mungkin menyaksikan lingkungan fisik, partisipan, aktivitas, interaksi, percakapan, dan perilaku itu sendiri

selama proses pengamatan tersebut (Creswell, 2005: 231). Data yang diperoleh dalam pengamatan ini, berupa data yang dilakukan mahasiswa/mahasiswi di kedai kopi, bagaimana orang datang dan duduk di kedai kopi kemudian situasi seperti yang sedang dinikmati. Sehingga hasil dari pengamatan dapat menggambarkan lebih ke situasi dan motif yang dijalani orang saat di kedai kopi.

2. Pengamatan berperan serta

Bogdan (1972: 3 dalam Moleong, 1995: 117), mengatakan pengamatan berperan serta sebagai penelitian yang mencirikan interaksi sosial yang memakan waktu cukup lama antara peneliti dan subjek penelitian. Hal ini dilakukan untuk memahami situasi yang dialami subjek penelitian. Peneliti harus melakukan pendekatan terhadap subjek, sebagai “outsider” agar tidak menghalangi jalannya penelitian. Peneliti harus membangun hubungan yang lebih dekat dengan informan agar data-data yang dikumpulkan lebih bersifat nyata. Data yang didapati seperti alasan kenapa memilih kedai kopi, minuman dan aspek-aspek kenikmatan apa yang didapatkan ketika *ngopi* di *coffee shop*.

3. Wawancara Mendalam

Menurut Moleong (1995: 135), wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Maka wawancara perlu mempersiapkan panduan wawancara yang digunakan untuk menggali data dari informan. Wawancara tidak dilakukan dengan cara formal tapi lebih ke informal karena situasi dalam *coffee shop* yang tidak memungkinkan. Maka dalam hal ini saya melakukan wawancara terbuka, namun tetap mengarahkan pertanyaan kepada informan sesuai panduan wawancara dan

rumusan masalah.

4. Dokumentasi

Selama proses penelitian, penelitian akan mengumpulkan data melalui dokumentasi yang dapat membantu dalam menjelaskan suatu objek atau kondisi dan mempertegasnya pada sebuah laporan. Data dokumentasi juga disebut sebagai data pendukung sehingga nanti dalam penjelasan suatu benda, situasi dan peristiwa memungkinkan lebih jelas maksud yang ingin disampaikan oleh peneliti, karena didukung oleh gambar/foto. Data yang diambil dari teknik ini berupa foto kopi, kedai kopi, landscape kedai kopi, aktivitas yang dilakukan mahasiswa/mahasiswi di kedai kopi.

5. Studi Literatur

Menurut Creswell (2005: 221), penggunaan dalam penelitian menggunakan data dari internet, ruang obrolan dan papan buletin. Bahan yang diambil dari internet dipakai untuk data dalam penulisan laporan agar saya dapat membangun asumsi dan mengembangkan hipotesis selama penelitian. Penggunaan buku-buku dari perpustakaan, laboratorium antropologi tentang antropologi juga digunakan sehingga saya lebih mudah membangun dan merancang penelitian kedalam sebuah laporan.

5. Analisis Data

Menurut Creswell (2005: 153), ada strategi umum yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data, kemudian Madison (2005), dengan melakukan *coding* abstrak atau *coding* konkret. Lebih lanjut, Creswell (2005: 263) mengusulkan untuk analisis data harus sesuai dengan pendekatan penelitian yang dipakai. Karena

penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi, maka Creswell (2005: 264-265), mengusulkan analisis dan penyajian datanya sebagai berikut:

- a. Menciptakan dan mengorganisasikan file untuk data.
- b. Membaca seluruh teks, membuat catatan pinggiran, membentuk kode awal.
- c. Mendeskripsikan pengalaman personal.
- d. Mendeskripsikan keadaan dari fenomena tersebut.
- e. Mengembangkan pernyataan penting.
- f. Mengelompokkan pernyataan menjadi unit makna.
- g. Mengembangkan deskripsi apa yang terjadi.
- h. Mengembangkan deskripsi bagaimana fenomena tersebut dialami.

Selain itu, juga menggunakan analisis triangulasi data. Triangulasi data adalah permasalahan dalam sebuah penelitian yang mengarahkan peneliti dalam mengambil data dengan menggunakan berbagai sumber data yang berbeda-beda. Artinya data yang memiliki persamaan atau sejenis akan lebih baik dalam kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber data yang berbeda-beda. Hal ini dapat dicapai dengan membandingkan data hasil pengamatan dan hasil wawancara. Menurut Creswell (1998: 147-150) juga menjelaskan tentang teknik analisis data dalam kajian fenomenologi sebagai berikut:

- a. Peneliti mendeskripsikan sepenuhnya fenomena/pengalaman yang dialami subjek penelitian.
- b. Peneliti kemudian menemukan hasil wawancara tentang bagaimana orang-orang menemukan topik, rinci dari pernyataan tersebut dan perlakuan setiap pernyataan memiliki nilai yang setara, kemudian rincian

tersebut dikembangkan dengan tidak melakukan pengulangan.

- c. Pernyataan tersebut kemudian dikelompokkan dalam unit-unit bermakna, peneliti merinci unit-unit tersebut dan menuliskan sebuah penjelasan teks tentang pengalaman yang disertai contoh dengan seksama.
- d. Peneliti kemudian merefleksikan pemikirannya dengan menggunakan variasi imajinatif (*imaginative variation*) atau deskripsi struktural (*structural description*), mencari keseluruhan makna dan melalui perspektif yang divergen (*divergent perspectives*), mempertimbangkan kerangka rujukan atas fenomena, dan mengkonstruksikan bagaimana fenomena tersebut dialami.
- e. Peneliti kemudian mengkonstruksi seluruh penjelasan tentang makna dan keadaan selama penelitian.

6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian ini peneliti lakukan secara bertahap, yaitu tahap pembuatan proposal penelitian dan tahap penulisan skripsi. Pada tahap pembuatan proposal penelitian, peneliti memulai dengan merancang tema yang dijadikan sebagai proposal sekaligus skripsi yang diajukan sebagai syarat meraih gelar sarjana Antropologi Universitas Andalas.

Peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai *Coffee shop* sebagai *Lifestyle* bagi Mahasiswa di Kecamatan Pauh Kota Padang, langkah pertama yang peneliti lakukan yaitu observasi awal dan menulis latar belakang yang diteliti dilapangan,

setelah itu dibawah bimbingan dosen pembimbing pertama dan kedua, peneliti melalui beberapa kali revisi proposal dan setelah itu melaksanakan ujian seminar proposal pada tanggal 09 Maret 2021.

Setelah selesai seminar proposal tersebut dan dinyatakan lulus oleh tim penguji, peneliti melakukan revisian terhadap proposal penelitian sesuai dengan arahan, saran dan masukan dari tim penguji. Setelah itu peneliti melakukan observasi ditiga *coffee shop* yang menjadi lokasi penelitian. Dengan adanya hasil observasi oleh peneliti, peneliti membuat daftar pertanyaan wawancara saat berada di lapangan. Agar memudahkan peneliti selama berada di lapangan untuk mencari data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Kemudian peneliti mulai mendatangi *coffee shop* yang menjadi lokasi peneliti. Pada tanggal 28 April 2021, *coffee Shop* pertama yang peneliti kunjungi adalah *coffee shop* Dapue Kopi *Roastery*. Satu hari sebelumnya peneliti sudah menghubungi pemilik via *Whatsapp* untuk berkunjung dan meminta waktu untuk wawancara. Setelah bertemu dengan pemilik *coffee shop* peneliti juga melakukan observasi terhadap *coffee shop* tersebut, dimulai dari sejarah, menu, konsep, dan pelayanan yang diberikan. *Coffee shop* kedua yang peneliti kunjungi adalah Parewa *coffee and roastery*. Selama beberapa hari peneliti sudah berusaha untuk mencari kontak dari pemilik bahkan peneliti mencoba menghubungi lewat akun *Instagram* akan tetapi tidak mendapat tanggapan. Maka pada tanggal 6 Mei 2021 peneliti berkunjung ke Parewa *coffee and roastery* dengan harapan dapat bertemu dengan pemilik. Namun yang bersangkutan tidak berada ditempat. Setelah itu peneliti menyampaikan maksud

dan tujuan kunjungan kepada barista yang bekerja disana sekaligus meminta kontak dari pemilik *coffee shop*.

Setelah mendapatkan kontak pemilik, peneliti menghubungi dan membuat janji temu pada tanggal 9 Mei 2021. Setelah bertemu akhirnya peneliti mendapatkan data terkait dengan penelitian yang dilakukan. Pertemuan dengan pemilik *coffee shop* berikutnya yaitu, Laranja Garden dilakukan setelah lebaran Idul Fitri tepatnya pada tanggal 22 Mei 2021, karena sebelumnya peneliti sudah mengenal baik dengan pemilik maka untuk janji temu cukup mudah untuk dilakukan. Bahkan, peneliti juga mendapatkan informasi yang lebih lengkap mulai dari sejarah terbentuknya sampai dengan kendala yang dihadapi oleh pemilik dalam mendirikan *coffee shop* dan juga kendala dengan adanya Covid-19.

Pada dasarnya peneliti tidak menemukan kendala yang signifikan untuk mengumpulkan data dari pemilik dan barista. Namun, kendala yang cukup menyulitkan peneliti pada saat ingin mewawancarai pengunjung, hal ini berkaitan dengan regulasi Covid-19 dari pemerintah, yaitu PPKM yang mana diterapkan aturan jam malam dan pembatasan kerumunan.

Dari berbagai kendala yang dihadapi peneliti selama proses penulisan, akhirnya seluruh data dapat dikumpulkan oleh peneliti dalam rentang waktu 3 bulan. Setelah itu peneliti mulai berkonsultasi dengan pembimbing terkait penelitian, dan pembimbing menyarankan perlu adanya beberapa tambahan data yang lebih mendalam di beberapa aspek.