

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Motivasi berasal dari kata “motif” yang berarti selaku daya usaha yang mendesak seorang buat melaksanakan suatu. Motif bisa dibidang selaku daya pelopor dari dalam serta di dalam subjek buat melaksanakan aktivitas- aktivitas khusus untuk menggapai sesuatu tujuan. Sebaliknya motivasi bisa dimaksud selaku daya pelopor yang telah jadi aktif. Motif jadi aktif pada saat- saat khusus, paling utama apabila keinginan buat menggapai tujuan sangat mendesak atau dialami.¹

Era globalisasi ialah pergantian global yang menyerang semua bumi. Kondisi bumi dikala ini pastinya berlainan dengan kondisi tedahulu. Pergantian itu sebetulnya pula terjalin dengan pola hidup masyarakatnya di setelah itu hari. Pembaharuan sudah banyak mengubah kehidupan pada masa ini kemajuan keinginan hidup orang yang dipicu oleh perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi lalu hadapi pergantian dari masa ke masa. Perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi pula bawa akibat yang lumayan besar kepada pergantian sosial, ekonomi, serta sosial adat di tengah warga.

Menurut Jean P baudrillard teori ini menjelaskan bahwasanya warga, konsumen yakni warga yang mengarah di organisasikan seputar mengkonsumsi dibanding pembuatan benda ataupun jasa, alhasil warga hendak mengarah

¹ Solikatur Dkk, perilaku konsumsi kopi sebagai budaya masyarakat *konsumsi Jurnal Analisa Sosiologi* Vol 4. No.1 2015. 63.

menyama ratakan level- level mengkonsumsi yang besar dengan kesuksesan sosial serta kebahagiaan individu selaku tujuan hidup. Identitas dalam warga konsumen merupakan warga yang didalamnya terjalin pergeselan logika konsumsi ialah: logika keinginan jadi logika ambisi, serta warga tidak konsumsi nilai untuk produk melainkan nilai indikasi.²

Dari teori di atas yang dikemukakan oleh Jean P billiard, bahwasanya masyarakat lebih dominan mengkonsumsi dari pada nilai guna seperti barang, pemanfaatan teori warga mengkonsumsi oleh baudriliard itu bermanfaat buat menguasai adat warga mengkonsumsi peminum kopi dimengerti selaku suatu kultur yang memandang eksistensis diri peminum kopi dimengerti sebagai suatu kebudaan yang memandang keberadaan diri peminum kopi dari bidang banyaknya indikasi yang disantap serta ditawarkan dikala ini. Warga mengkonsumsi akan memandang identitas diri atau independensi mereka selaku independensi menciptakan kemauan pada beberapa barang pabrik. Mengkonsumsi dipandang selaku upaya warga buat meregang fungsi- fungsi sosial ataupun posisi sosial. Perihal ini pastinya boleh jadi sebab dalam kapitalisme garis besar aktivitas penciptaan telah beralih dari invensi benda mengkonsumsi, ke invensi indikasi.

Trend merupakan“ sesuatu aksi (kecondongan) naik ataupun turun dalam waktu jauh, yang didapat dari rata- rata transformasi dari masa ke masa. Pada umumnya transformasi itu dapat meningkat dapat menurun. Bila pada umumnya transformasi meningkat disebut tren positif ataupun tren memiliki kecondongan

² A.M Sardiman. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.2016.
73

naik. Kebalikannya, bila rata-rata transformasi menurun disebut tren minus ataupun tren yang memiliki kecondongan menyusut”.³

Trend coffe shop selaku tanda-tanda style hidup kalangan muda dikala ini dan transformasi budaya ngopi saat ini amatlah cepat serta beraneka ragam di dikala masa yang pula mulai cepat kemajuannya dengan bermacam keunggulan teknologi dikala ini menambah peran penting dalam tren coffe shop dikala ini. Coffe shop sendiri di masa saat ini sangat- sangat merebak dikota- kota besar dengan bermacam tipe coffe shop yang ada interior yang menarik serta sangat millennial dikala ini.⁴

Berkembangnya zaman saat ini, budaya juga mengalami perkembangan, tidak terkecuali dengan budaya ngopi. Pengaruh globalisasi dan wacana modernisasi yang menyebabkan pergeseran budaya ngopi yang ada. Kedai kopi bukan hanya sebagai tempat untuk menjajakan minuman kopi itu sendiri, namun sekaligus sebagai tempat untuk berkumpul sekedar ngobrol, bahkan sebagai ajang pertemuan bagi orang- orang yang menikmati kopi. Nantinya budaya ngopi inilah menjadi sebuah budaya yang lazim dilakukan oleh masyarakat.⁵

Tumbuhnya cafe-cafe di daerah pamekasan memiliki pengaruh yang besar terhadap perubahan pada gaya hidup remaja, waktu remaja ialah waktu dimana masa yang amat mengasyikkan, tidak memiliki beban apapun dan pada

³ Maryati. *Statistika Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi Cetakan Kedua. Yogyakarta (UPP). 129

⁴ Solikatun, “Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi : Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kota Semarang”. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4 (1), April 2015. 61. <https://doi.org/10.20961/jas.v4i1.17410>

⁵ Margret gramanda parinding malisan, Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru Di Kalangan Kaum Muda Di Coffe Shop Aksara Kopi Dan Buku Samarinda *eJournal sosiatri-sosiologi* Vol. 9 No.2 2021. 16.

waktu remaja ini anak mulai mencari jati diri yang dimana hendak memastikan gimana masa depannya esok, kenapa begitu sebab masa anak muda ini ialah masa penyempurnaan dari tahap- tahap pertumbuhan sebelumnya.

Kopi ialah satu minuman yang banyak disukai oleh warga pamekasan, minum kopi ialah perihal yang memanglah jadi kebiasaan, baik di pagi hari, ataupun di tengah tengah kegiatan yang dicoba oleh warga. latar belakang relasinya konsumen coffeeshop tidak lagi mempunyai hubungan dengan orang yang lain, namun mereka mempunyai hubungan dengan barang- barang yang terletak di cafe ataupun cafe itu sendiri, karena cafe sendiri dapat jadi bendabenda mengkonsumsi yang bisa mereka peruntukan sebagai tanda kelas sosial mereka. Dalam perihal ini penikmat coffeeshop tidak lagi terikat dengan ketentuan, etika, prinsip, adat serta kebiasaan yang selama ini dianutnya. Namun mereka saat ini hidup dalam budaya terkini yang memandang keberadaan diri mereka lewat jumlah banyaknya cafe yang sudah mereka konsumsi.⁶

Budaya minum kopi awal mulanya itu minuman kopinya bercorak hitam kental, rasanya pahit serta panas. Tidak hanya itu, sebab tempatnya berbentuk sebuah gerai yang suasana tempatnya pula panas serta penuh dengan banyak orang hingga orang yang minum kopi merasakan panasnya. Penikmat kopi tadinya itu banyak orang tua yang dapat membuat mereka merasakan serta menikmati panasnya sehabis minum kopi. Sebab kopi minuman kuno dan

⁶ Melati Sosrowidjojo, Sensasi Kesenangan Pada Pelanggan Kedai Kopi Tak Kie Dan Bakoel Coffee, Tesis, FISIP UI Sosiologi, 2010

menawan di masa lalu, yang tidak kehabisan pesona apalagi saat ini bisa menciptakannya di mana-mana.⁷

Masa remaja ialah masa peralihan antara masa kehidupan kanak-kanak serta masa kehidupan orang dewasa yang ditandai dengan perkembangan serta kemajuan biologis serta intelektual. Secara biologis ditandai dengan berkembang serta bertumbuhnya seks primer serta seks sekunder sebaliknya secara intelektual ditandai dengan tindakan serta perasaan, kemauan serta sentimen yang labil ataupun tidak tentu. Hurlock memilah tahap anak muda jadi masa remaja awal dengan umur antara 13- 17 tahun serta masa remaja akhir umur antara 17- 18 tahun. Masa remaja awal serta akhir bagi Hurlock mempunyai karakteristik yang berlainan disebabkan pada masa remaja akhir orang sudah menggapai peralihan kemajuan yang lebih mendekati dewasa.⁸

Seorang penikmat cafe itu, bisa diamati sebagai upaya mereka dalam menerangkan dirinya serta trik mereka berperan dalam hidupnya. Para konsumen remaja mengekspresikan identitas dirinya dengan cara ngopi di cafe. Sikap ngopi di cafe didorong selera mereka buat jadi serupa dengan kalangan menengah ke atas sekaligus berlainan dengan kalangan bawah serta kalangan tengah. Maksudnya mereka ngopi di cafe tidaklah buat berusaha sebagai pemenuhan kebutuhan biologis, hendak namun selaku wujud pemenuhan hasrat diri mereka. Kopi pada dasarnya ialah suatu yang menarik buat dibahas, kopi menjelma sesuatu yang dikejar serta disukai dari dahulu sampai saat ini di

⁷ Khoiril Bairiyah Hidyati, Konsep Diri, *Adversity Qoutient* dan Penyusuain Diri Pada Remaja, *Jurnal Psikologi Indonesia* Vol.5, No.2.

⁸ Aida Hanifa. 2005. Di Bawah Secangkir Kopi: Starbucks sebagai Arena Konsumsi Simbolik Kelas Menengah Metropolitan”, *Jurnal Scripta Societa jurusan Sosiologi Pembangunan. Universitas Negeri Jakarta*. Indonesia. 42.

Indonesia. Oleh karenanya, pada masa saat ini ini yang bisa menikmati kopi di cafe tidak lagi didasarkan pada kasta sosialnya, namun lebih didasarkan pada kemampuannya dalam mengonsumsi barang- barang cafe. Maksudnya siapapun bisa mempunyai peluang buat jadi bagian kelompok apapun bila mampu mencontohi pola konsumsi ataupun style hidup kalangan itu.⁹

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk membagikan peluang pada para pengunjung cafe Loka untuk melakukan diskusi baik itu untuk mendiskusikan tentang permasalahan yang sedang dialami hingga bersama sama menemukan solusi. Sehingga kebaharuan yang didapatkan dari penelitian ini ialah penerapan sisi konselor yang tidak hanya dilakukan di tempat formal saja seperti instansi pendidikan dan di perusahaan, namun bisa juga diterapkan di sebuah tempat berkumpul seperti cafe. Trend budaya ngopi ini tidak hanya menjadi ajang untuk membanggakan diri namun bisa juga dijadikan media untuk saling bertukar pikiran melalui diskusi, sehingga diharapkan adanya motivasi yang positif untuk remaja ketika ngopi di cafe.

Trend budaya ngopi dikomunitas cafe loka menarik pengunjung dari segi lokasi dengan kampus Unira dan Iain Madura jadi banyak yang berkunjung sesuai mata kuliah , adapun dimana para pengunjung juga sudah terbiasa dengan suasana caffe loka bagi sebagian merasa nyaman, menurut pengunjung tak jarang mendapat inspirasi baru dari pengunjung lainnya. Seperti wawasan tentang pendidikan, karir, dan ide-ide bisnis baru. Disana juga tersedia beberapa buku untuk pengunjung khususnya mahasiswa untuk sembari membaca dan

⁹ Teguh setiandi igiasi, “Kedai kopi sebagai ruang publik: studi tentang gaya hidup masyarakat kota Tanjung pinang”, *Jurnal masyarakat maritim*, VOL.1 No 1 Juni 2017,19.

menikmati suguhan kopi yang nikmat berbeda rasa caffe umumnya, sehingga tidak pura pura banyak caffe yang bermitra dengan caffe loka.

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berkenaan dengan judul “Motivasi Trend Budaya “Ngopi” Pada Remaja di Komunitas Cafe “Loka” yang bertempat di Pamekasan, Panglegur, Kec.Tlanakan Kab.Pamekasan, Jawa timur. Dimana tempat ini biasanya disinggahi oleh para remaja, untuk ngopi dan sekadar menyapa satu sama lain, Loka sendiri diambil dari kata “lokah”, bahasa Madura yang mempunyai makna luka, sebab waktu memulai berdirinya cafe tersebut owner dan kolega penuh dengan perjuangan seakan luka tapi tak berdarah. Sekian waktu cafe ini semakin menuju ke puncak dengan banyak lalu lalang pengunjung baru dari dalam kota maupun kota sebelah, tak jarang pula ada komunitas yang berkunjung membahas bisnis, sosial dan hiburan. Dicafe ini juga menyediakan jasa pesan antar untuk pembeli daerah Pamekasan kota.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk motivasi trend budaya ngopi di cafe loka?
2. Bagaimana dampak motivasi trend budaya ngopi pada remaja di cafe loka?
3. Bagaimana hubungan motivasi trend budaya ngopi di cafe loka?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan atas rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang ingin didapat adalah:

1. Mendeskripsikan apa yang menjadi motivasi remaja untuk ngopi di cafe loka
2. Mendeskripsikan dampak bagi remaja ketika ngopi di cafe loka
3. Mendeskripsikan motivasi *trend* budaya ngopi di cafe loka

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan kegunaan pada sebagian pihak.

1. Manfaat Teoretis
 - a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah taraf keilmuan bagi setiap pembacanya serta mengenai kegiatan remaja ngopi di cafe loka
 - b. Sebagai refrensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan motivasi trend budaya ngopi pada remaja.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang bagaimana motivasi trend budaya ngopi di cafe Loka.
 - b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perbaikan dalam motivasi trend budaya ngopi di cafe Loka.
 - c. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan acuan atau refrensi untuk melakukan penelitian yang lebih luas tentang motivasi trend budaya ngopi.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ialah bagian dari sub judul yang berperan guna menerangkan ataupun menepiskan arti kalimat- kalimat yang terdapat pada judul skripsi ini. Terdapat sebagian sebutan yang dirasa butuh guna didefinisikan secara operasional, supaya pembaca dalam menguasai istilah- istilah yang dipakai dalam penelitian ini mempunyai anggapan serta uraian yang searah dengan penulis.

Berikut adalah beberapa istilah yang akan diuraikan:

1. Motivasi merupakan stimulus yang muncul pada diri seorang secara sadar ataupun tidak sadar guna melaksanakan sesuatu aksi dengan tujuan khusus. Untuk kalian yang sedang tidak antusias atau lagi bersedih, kata motivasi bisa jadi dapat membuat kamu kembali berdiri.
2. *Trend* merupakan suatu aksi atau kecondongan naik atau turun dalam waktu jauh yang didapat dari rata-rata transformasi dari masa ke masa pada umumnya transformasi itu dapat meningkat atau menurun.
3. Budaya merupakan sesuatu cara hidup yang meningkat serta dimiliki bersama oleh sekelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya tercipta dari banyak faktor yang kompleks, termasuk sistem agama serta politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, gedung, serta kreasi seni.
4. Remaja merupakan ialah masa pertumbuhan dan pergantian antara masa kanak- kanak ke masa dewasa yang melingkupi kemajuan fisik, intelektual, emosi serta sosial. Masa remaja berjalan antara usia 13- 18 tahun.

5. komunitas adalah individu atau orang – orang yang mempunyai kesamaan karakteristik seperti kesamaan geografi, kultur, ras, agama, atau keadaan sosial ekonomi yang setara. Komunitas dapat didefinisikan dari lokasi, ras, etnik, pekerjaan, ketertarikan pada suatu masalah – masalah atau hal lain yang mempunyai kesamaan.s
6. Ngopi merupakan aktivitas minum kopi, namun juga dimaksud sebagai aktivitas nongkrong, diskusi ataupun rapat, ataupun cuma datang ke gerai kopi.

Jadi dapat di simpulkan bahwa Motivasi Trend Budaya “Ngopi” Pada Remaja di Komunitas Cafe “Loka” adalah sebuah dorongan yang timbul dari diri seseorang yang dimiliki dari cara hidup yang berkembang di kalangan masyarakat terutama di remaja pada budaya ngopi..

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang dirasa berkaitan dengan penelitian penulis kali ini, adapun penelitiannya yaitu:

1. Skripsi Syah Ryan Anwari Dengan Judul “Perilaku Konsumsi Kopi Di Kalangan Mahasiswa Di Kafe Sepanjang Jalan Kalpataru Kota Malang”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif Studi kasus. Adapun hasil penelitian skripsi ini ialah membuktikan kalau mahasiswa menerapkan mengonsumsi kopi berlandaskan 3 keinginan dasar yang di jabarkan oleh Abraham Maslow, yaitu kebutuhan fisiologis, rasa memiliki dan aktualisasi diri. Ada tiga nilai yang membuat mahasiswa melakukan konsumsi kopi, yaitu ajakan dari teman, pengaruh keluarga dan kondisi pendapatan

mahasiswa. Letak perbedaan penelitian terdahulu dengan yang sekarang yaitu; dari segi fokus penelitian dan rumusan masalahnya jika yang terdahulu fokusnya pada mahasiswa, sedangkan yang sekarang fokusnya pada remaja. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.

2. Skripsi Keke Oktaviani dengan judul “Ngopi Sebagai Gaya Hidup Anak Muda“. Adapun hasil penelitian skripsi ini yakni pembentukan gaya hidup ngopi anak muda dilatarbelakangi antara lain dengan terdapatnya akibat globalisasi yang dalam penelitian ini dengan menjamurnya warung kopi yang terdapat di Kota Bogor serta timbulnya gaya hidup ngopi pada anak muda yang dilandasi pola sosial khusus alhasil jadi indikator ataupun mengonsumsi simbolik untuk anak muda itu. Perihal itu menjadi gaya hidup untuk anak muda dalam mengonsumsi kopi. Yang menjadi pembeda dari penelitian ini yaitu, dari segi fokus masalah dan rumusan masalahnya, jika yang terdahulu fokusnya pada pengaruh globalisasi, sedangkan yang sekarang yakni fokusnya pada motivasi remaja ngopi di *caffé Loka*¹⁰
3. Jurnal Musairil khakamulloh dengan judul “Analisis Pola Komunikasi Budaya Ngopi Di Komunitas Karawang Menyeduh “Adapun hasil penelitian ini yakni membuktikan kalau cara komunikasi yang dicoba dengan memakai wujud komunikasi verbal serta nonverbal, yang mengaitkan para kontestan lebih dari 2 orang yang membuat suatu kelompok. Inti dari pembahasannya ialah hal dunia kopi serta dunia sosial

¹⁰ Melati Sosrowidjojo, *Sensasi Kesenangan Pada Pelanggan Kedai Kopi Tak Kie Dan Bakoel Coffee*, Tesis, FISIP UI Sosiologi, 2010

yang lain dengan memakai jenis bahasa yang serupa ialah memakai Bahasa Indonesia. Cara komunikasi yang terjalin seperti diskusi, ialah dengan memakai komunikasi kelompok. Pola komunikasi yang dipakai di dalam aktivitas kopdar di Komunitas Karawang Menyeduh, menggunakan pola komunikasi multi arah atau *all channels*.¹¹

Letak perbedaan penelitian terdahulu dengan yang sekarang dari segi motif terhadap budaya ngopi terhadap komunikasi dan penelitian ini berfokus pada motivasi pengunjung Cafe Loka pada remaja untuk ngopi untuk menciptakan inspirasi baru untuk remaja yang sedang memulai mencari jati diri.

¹¹ Keke Oktaviani, “Ngopi Sebagai Gaya Hidup Anak Muda” (Skripsi, UIN Jakarta, 2018), 1.