

**GAYA HIDUP DAN TREN KONSUMSI KOPI DI
KALANGAN GENERASI Z**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memeroleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

INDRI SINTIA ANGRAINI

1161003235

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2020


HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Indri Sintia Angraini

NIM : 1161003235

Tanda Tangan :



Tanggal : 28 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Indri Sintia Angraini

NIM : 1161003235

Program Studi : Ilmu Komunikasi

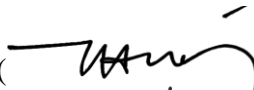
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Gaya Hidup dan Tren Konsumsi Kopi di Kalangan Generasi
Z

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M

()

Penguji 1 : Dra. Hanny Nurahmawati, M.ilkom

()

Penguji 2 : Dion Wardyono, S.E, M.S.M

()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 28 September 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa. Puji dan syukur tak henti-hentinya peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan praktek magang di PT Mega Kreasi Film selama tiga bulan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan magang ini.
2. Papa, Mama, Elvi, Tasya, Nia dan Kelvin. Terima kasih kepada Papa dan Mama tercinta yang selalu senantiasa memberikan *support* kepada Peneliti untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi ini. Papa dan Mama yang selalu menemani Peneliti disaat dijam makan siang dan yang selalu mengingatkan Peneliti untuk melakukan ibadah tepat waktu dan memohon petunjuk dari Allah SWT untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Terima kasih kepada kakak dan adik-adik tercinta yang selalu menyemangati dan menyemangati Peneliti setiap saat agar Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dorongan, dan semangat kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada Ibu Hanny Nurahmawati, M.ilkom, dan Kepada Mas Dion Wardyono, S.E, M.S.M, selaku dosen penguji pada saat seminar proposal yang sudah berbaik hati memberi arahan penelitian kepada peneliti.
5. Kepada Adel, Bagas, Syifa, dan Kak Catur yang sudah bersedia untuk menjadi informan pada penelitian ini dan bersedia untuk di wawancarai cukup lama.

6. Ilham Saputra. peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang besar kepada lelaki yang selalu berada disamping peneliti disaat peneliti mengalami kendala dalam mengerjakan skripsi ini. Teman lelaki yang selalu *mensupport* peneliti dalam mengembalikan kembali semangat peneliti untuk menyusun skripsi ini. Dan terimakasih juga untuk selalu berkata “ Lu pasti bisa”.
7. Marliani Devita, Marliani Devita yang selalu setia mendengarkan segala keluh kesah peneliti dalam menyusun skripsi ini. Yang selalu meluangkan waktunya jika sewaktu-waktu peneliti ingin bertemu dan bercerita.
8. Grup Demi (Aisyah, Arsy, Farhan, Fadli, Harry, Leonne, Ulan, Reza) Terima kasih peneliti ucapkan untuk grup demi yang selalu mengadakan pertemuan setiap akhir pekan untuk bercerita dan bermain demi melepaskan penat dan stress.
9. Segenap dosen dan seluruh staf akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada peneliti hingga dapat menunjang dalam penyelesaian skripsi ini
10. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang berperan penting dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Jakarta, 28 September 2020



Indri Sintia Angraini

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indri Sintia Angraini
NIM : 1161003235
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakulta : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (No-exclusive Royalty- Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Gaya Hidup dan Tren Konsumsi Kopi di Kalangan Generasi Z”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkal data (*database*), merawat, dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik HAK Cipta untuk kepentingan akademis.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 26 September 2020

Yang menyatakan,



Indri Sintia Angraini

GAYA HIDUP DAN TREN KONSUMSI KOPI DI KALANGAN GENERASI Z

Indri Sintia Angraini

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh semakin populernya tren konsumsi kopi di kalangan generasi Z di Indonesia, khususnya di kota besar seperti Jakarta dan sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup dari generasi Z yang mengikuti tren konsumsi kopi ini. Kerangka penelitian ini menggunakan dimensi AIO (*activity, interest, opinion*) untuk menganalisa gaya hidup generasi Z yang mengikuti tren konsumsi kopi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif etnografi yang didapatkan melalui studi pustaka, observasi dan wawancara mendalam terhadap 3 informan yang memiliki latar belakang sebagai generasi Z yang menjadikan tren konsumsi kopi sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Hasil penelitian ini diprediksi akan menjawab permasalahan dari dimensi yang diteliti yaitu apa saja faktor dalam membentuk gaya hidup dan tren konsumsi kopi di kalangan generasi Z. Secara keseluruhan, hasil analisis menyatakan bahwa terdapat beberapa hal yang membentuk selera dan preferensi generasi Z dalam mengonsumsi kopi, yaitu tradisi yang telah mereka bawa dari keluarga, ketertarikan mereka yang dapat dibentuk oleh media, harga yang dipatok di pasaran, hingga selera personal.

Kata kunci: gaya hidup, generasi Z, konsumsi kopi, media.

**LIFESTYLE AND COFFE CONSUMPTION TRENDS AMONG
GENERATION Z**

Indri Sintia Angraini

ABSTARCT

This research is motivated by the growing popularity of coffee consumption trends among generation Z in Indonesia, especially in big cities like Jakarta and its surrounding. This study aims to determine the lifestyle of generation Z who follows this coffee consumption trend. This research framework uses the dimensions of AIO (activity, interest, opinion) to analyse the lifestyle of generation Z following coffee consumption trends. The research method used is a qualitative ethnographic research method obtained through literature studies, observation and in-depth interviews with 3 informans who make coffee consumption trends a part of their lifestyle. The result of this study are predicted to answer the problem of the dimensions studied, namely what are the factors in shaping the lifestyle and trends of consumption among generation Z. Overall, the results of the analysis state that there are several things that shape the tastes and preference of generation Z in consuming coffee, namely the traditions they have brought from their families, their interests which can be shaped by the media, prices set in the market, to personal tastes.

Keyword: lifestyle, generation Z, coffee consumption, media

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTARCT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Studi Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	15

2.2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.2.3 Gaya Hidup.....	17
2.2.4 Generasi Z.....	22
2.2.5 Budaya Konsumsi Kopi.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III.....	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Objek dan Subyek Penelitian	28
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1 Sumber Data	28
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	29
1. Wawancara Mendalam	29
2. Observasi	29
3. Studi Pustaka.....	30
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep Penelitian	30
3.5 Teknik Analisis Data	33
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	33
3.7 Keterbatasan Penelitian	34
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek dan Subyek Penelitian.....	36
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	36
4.1.2 Gambaran Subyek Penelitian.....	36
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Generasi Z dan Konsumsi Kopi.....	41

4.2.2 Gaya Hidup Generasi Z yang Mengonsumsi Kopi	44
4.2.3 Tren Konsumsi Kopi dengan Gaya Hidup.....	55
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Generasi Z Ngopi atau “Ngopi”	61
4.3.2 Ngopi merupakan Masalah Tempat	63
4.3.3 Tren Konsumsi Kopi dengan Media	70
4.3.4 Opini Generasi Z yang Menjadikan Konsumsi Kopi sebagai Gaya Hidup	72
BAB V	74
KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan Penelitian	76
5.3 Saran	76
5.3.1 Saran Akademis	76
5.3.2 Saran professional.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi kopi Nasional (2016-2021) 2

Gambar 1.2 Generasi Z berkumpul di kedai kopi Nako Depok..... 4

Gambar 4.1 Narasumber Pertama: Adel 37

Gambar 4.2 Narasumber Kedua: Bagas 38

Gambar 4.2 Narasumber Kedua: Syifa 39

Gambar 4.3 Subyek Pendukung Catur Bachtiar 40

Gambar 4.4 Cold Brew Kopi Starbuck 42

Gambar 4.5 Vietnamase Coffee 43

Gambar 4.6 Cheesee Coffee dari Kulo 44

Gambar 4.7 Kegiatan Live Music di Kedai Kopi 56

Gambar 4.8 Review Coffee 31 Menteng melalui akun instagram 59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 2.2 Lifestyle Dimensions	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	30

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Teori **26**