

REPRESENTASI GAYA HIDUP BARISTA WANITA DI KOTA MAKASSAR



JUDITH GERALDINE PUTRI NUGROHO

E071181326

PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR

2024



REPRESENTASI GAYA HIDUP BARISTA WANITA

DI KOTA MAKASSAR



Disusun dan diajukan oleh

JUDITH GERALDINE PUTRI NUGROHO

E071181326

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

**REPRESENTASI GAYA HIDUP BARISTA WANITA
DI KOTA MAKASSAR**

JUDITH GERALDINE PUTRI NUGROHO

E071181326

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin**

**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Representasi Gaya Hidup Barista Wanita Di Kota Makassar

Disusun dan Diajukan Oleh:

JUDITH GERALDINE PUTRI NUGROHO

E071181326

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Departemen Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin pada tanggal 15 Februari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui:

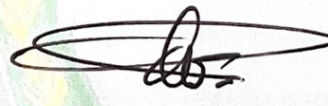
Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. H. Pawennari Hijang, MA

NIP. 195912311986091002



Icha Musywirah Hamka, S. Sos., M. Si.

NIP. 198904122014042003

Mengetahui

Ketua Departemen Antropologi Sosial

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin



Dr. Tasrifin Tahara, M.Si

NIP. 19750823200212 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulisan skripsi saya yang berjudul Representasi Gaya Hidup Barista Wanita Di Kota Makassar adalah karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan aihan dari tulisan orang lain. Benar-benar merupakan hasil karya sendiri

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 13 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,




Judith Geraldine Putri Nugroho

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini adalah karya penulis sebagai manusia biasa, dan mustahil dapat terwujud. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa doa, dukungan, bantuan dan uluran tangan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya atas budi baik kepada Allah SWT dan semua pihak yang telah berperan serta dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada keluarga saya tercinta, Ibunda **Garias Damayanti**, Ayahanda **Oky Taufik Nugroho**, Nenek **Sujarwati**, dan Kakek **Supriyanto** atas kasih sayang, perhatian, dukungan do'a, dan dorongan moril maupun materi kepada penulis hingga sampai detik ini penulis tetap ingin semangat dalam menyelesaikan masa studi. Kepada sepupu kandung penulis tercinta Athaya Prirahdayani atas segala doa, pengorbanan, kasih sayang dan kebaikan tanpa batas yang selama ini dicurahkan untuk penulis. Serta Keluarga Besar yang telah memberikan semangat kepada penulis. Semoga keluarga saya tercinta senantiasa dilindungi dan di Rahmati oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini menemui banyak kendala dan hambatan, maka dari itu penulis ucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing Prof. Dr. H. Pawennari Hijang, MA selaku Pembimbing I dan Icha Musywirah Hamka, S. Sos., M. Si selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan selama proses penulisan skripsi ini.

Pembuatan skripsi ini tentunya tidak luput dari bantuan berbagai pihak yang diberikan secara langsung kepada penulis. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang

setulus-tulusnya kepada pihak yang telah memberikan bantuan, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar.
2. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.
3. Dr. Tasrifin Tahara, M.Si selaku Ketua Departemen dan Icha Musywirah Hamka, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Departemen Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.
4. Terima kasih kepada Prof. Dr. Munsil Lampe, MA selaku penguji ujian skripsi saya atas ilmu dan kebaikan hatinya dalam membimbing saya selama menjadi mahasiswa Antropologi, semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagiaan. Aamiin
5. Dosen atau staff pengajar Departemen Antropologi Sosial Prof. Dr. H. Hamka Naping, MA; Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, MA; Prof. Hj. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D; Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA; Prof. Dr. Mahmud Tang, MA; Prof. Dr. Munsil Lampe, MA; Dr. Muh. Basir Said, MA; Prof. Dr. Ansar Arifin, M.S; Dr. Tasrifin Tahara, M.Si; Dra. Hj. Nurhadelia F.L., M.Si; Dr. Yahya, MA, Muhammad Neil, S. Sos, M. Si; Dr. Safriadi, M. Si; Icha Musywirah Hamka, S. Sos., M. Si; Ahmad Ismail, S. Sos., M. Si; dan Hardiyanti, S. Sos, M. Si yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama penulis belajar di Kampus Universitas Hasanuddin.
6. Seluruh Staf Karyawan Departemen Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Bapak M. idris S, S.Sos; Ibu Darmawaty, SE; Ibu Damaris Siampa, S. Sos dan Bapak Muhammad Yunus

yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.

7. Kepada teman-teman sekaligus menjadi informan Nurul Anugrahayu, Celia Amanda, Trinita Bernadeth Pendong, Noor Aisyah, Elvira Risqi Auliarfg, Nabila Reski, Syahbania Dila Murti, Zyafirah Salsabil, Regita Cahyani, Sefirah Beatrix pada penelitian ini yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai dan membantu penulis dalam proses pengumpulan data, tanpa kalian skripsi ini tak akan pernah ada.
8. Kepada teman-teman Ikraam Ashabul Kahfi, Muhammad Nur Rahmat, Anisa Risqy, Adi Kurniadi, Wira Saputra, Ibnu Khair, dan Dejan Cahyadi teman seperjuangan yang selama ini telah memberikan sumbangan saran serta terima kasih atas segala bantuan kalian dalam menemani selama proses penelitian, semoga kita dapat sukses bersama-sama.
9. Kepada teman-teman kampus Andi Irma Saraswati, Nurwahidah, Putri Aurelia Valencia, Ardianty Lukman dan Nadya Febrina teman seperjuangan yang selama ini telah memberikan sumbangan saran serta terima kasih atas segala bantuan kalian dalam menemani selama proses penelitian, semoga kita dapat sukses bersama-sama.
10. Terima Kasih juga kepada teman-teman ALTAIR 2018, teman seperjuangan selama perkuliahan dikampus dan tidak dapat dituliskan satu persatu, terima kasih atas dorongan semangat dan bantuan dan cerita suka dan duka yang selama ini diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini dapat selesai. Semoga kita dapat meraih cita-cita sesuai dengan yang kita inginkan, sukses untuk kalian semua.

11. Terima kasih kepada Andi Mario Salsabila yang selalu mendampingi saya, memberikan semangat dalam membantu penulisan skripsi ini.
12. Kepada para kerabat di Himpunan Mahasiswa Antropologi FISIP UNHAS terima kasih atas segala bantuan dan pengajaran yang diberikan selama penyusunan skripsi.
13. Yang paling penting, saya juga ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri karena telah bekerja keras sampai sejauh ini.
14. Kepada siapapun yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Saya mengucapkan banyak-banyak terima kasih karena, tanpa kalian saya belum tentu sampai pada tahap ini.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua yang penulis sebutkan diatas. Aamiin.

Judith Geraldine Putri Nugroho (Nim. E071181326) “Representasi Gaya Hidup Barista Wanita Di Kota Makassar” S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Di bawah bimbingan oleh Prof. Dr. H. Pawennari Hijing, MA dan Icha Musywirah Hamka, S. Sos., M. Si

ABSTRAK

Kafe atau saat ini sering disebut sebagai *coffee shop* merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan manusia modern perkotaan dan telah menjadi kesatuan yang utuh dengan gaya hidup. Budaya minum kopi memiliki dua representasi, kopi sebagai gaya hidup dan kopi sebagai tradisi. Representasi kopi sebagai gaya hidup diperlihatkan dari cara kaum urban memproduksi citra tertentu melalui aktivitas minum kopi, sementara minum kopi sebagai tradisi direpresentasikan dari cara masyarakat rural memaknai kopi sebagai bagian yang melekat dalam kehidupan keseharian yang sederhana. Industri pemasaran *coffee shop* atau kedai kopi di Indonesia tidak terlepas juga dari perkembangan si penyeduh kopi yang biasa disebut Barista. Menjamurnya kedai kopi berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan Barista yang menjadikan profesi ini menjanjikan. Oleh karena itu, keberadaan Barista yang awalnya dilakukan oleh pria mengalami revolusi dengan hadirnya perempuan yang juga bekerja sebagai peracik kopi dan ada beberapa faktor yang menyebabkan mereka bekerja sebagai seorang barista.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku diamati. Lokasi penelitian ini dilakukan di beberapa *coffee shop* yang ada di Kota Makassar, informan yang telah diwawancarai berjumlah 10 orang. Hasil dari penelitian ini mendeskripsikan pekerjaan seorang barista yang umumnya laki-laki sekarang juga banyak ditekuni oleh perempuan dengan berbagai faktor yang ada didalamnya. Selanjutnya penelitian ini juga menjabarkan beberapa faktor penyebab perempuan memilih pekerjaan sebagai seorang barista, serta rutinitas dan gaya hidup sebagai barista perempuan.

Kata Kunci : Barista, *Coffee shop*, Gaya Hidup.

Judith Geraldine Putri Nugroho (Nim. E071181326) “Representasi Gaya Hidup Barista Wanita di Kota Makassar” S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Di bawah bimbingan oleh Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, MA dan Icha Musywirah Hamka, S. Sos., M. Si

ABSTRACT

Cafes or nowadays often referred to as coffee shops are an inseparable part of modern urban humans and have become an integral part of their lifestyle. Coffee drinking culture has two representations, coffee as a lifestyle and coffee as a tradition. The representation of coffee as a lifestyle is shown in the way urban people produce a certain image through the activity of drinking coffee, while drinking coffee as a tradition is represented in the way rural people interpret coffee as an inherent part of simple daily life. The coffee shop or coffee shop marketing industry in Indonesia cannot be separated from the development of coffee brewers who are usually called Baristas. The proliferation of coffee shops has an impact on the increasing need for Baristas which makes this profession promising. Therefore, the existence of Baristas which was initially carried out by men experienced a revolution with the presence of women who also worked as coffee brewers and there were several factors that caused them to work as baristas.

This type of research uses descriptive research with a qualitative approach. Qualitative research is a research procedure that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people and observed behavior. The location of this research was carried out in several coffee shops in Makassar City, the number of informants who were interviewed was 10 people. The results of this research describe the work of a barista, which is generally male, but is now also widely occupied by women, with various factors involved. Furthermore, this research also describes several factors that cause women to choose work as a barista, as well as the routine and lifestyle of a female barista.

Keywords : Barista, Coffee shop, Lifestyle.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN KEASLIAN	
UCAPAN TERIMA KASIH.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Gaya Hidup.....	6
C. Barista dan Budaya Minum Kopi	8
BAB III METODE PENELITIAN1.....	5
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	15
B. Lokasi Penelitian	15
C. Informan Penelitian	15
D. Jenis dan Sumber Data	16
E. Teknik Pengumpulan Data	16
F. Etika Penulisan	17
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	18
A. Geografis dan Demografis Kota Makassar	18
B. Sejarah <i>Coffee shop</i> di Makassar.....	19
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	22
A. Gambaran Rutinitas Kehidupan Barista Perempuan di Kota Makassar	22
B. Faktor Pendorong dan Penarik Barista Perempuan	25
C. Gaya Hidup Barista Perempuan.....	27

BAB VI PENUTUP.....	30
A. Kesimpulan.....	30
B. Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA.....	33
LAMPIRAN.....	34
Lampiran 1 Daftar Informan	34
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Nama-Nama Informan	34
----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Dokumentasi 1	35
Gambar 2. Dokumentasi 2	35
Gambar 3. Dokumentasi 3	36
Gambar 4. Dokumentasi 4	36

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai salah satu negara yang masuk ke dalam daftar produsen kopi terbesar di dunia, tak heran jika penduduknya pun menggemari minuman tersebut. Menurut *International Coffee Organization*, dilansir dari website resminya, Indonesia berada dalam urutan ke empat produsen kopi terbesar di dunia terhitung sejak pertengahan tahun 2015 hingga akhir 2018. Dulu, kopi biasanya identik dengan minuman orang tua dan kebiasaan minum kopi ini kerap dilakukan di rumah saja. Namun seiring perkembangan zaman, banyak kaum muda mulai menjadikan kopi sebagai minuman favoritnya. Kebiasaan minum kopi pun kini tidak hanya dilakukan di rumah saja, namun kerap bergeser ketempat lain seperti kedai kopi.

Saat ini varian minuman kopi menjadi minuman yang banyak disukai orang di Indonesia. Kegemaran orang terhadap kopi dikarenakan berbagai alasan, seperti rasa kopi yang unik dan cara mengolah minuman kopi serta beragam manfaatnya. Bercerita tentang kopi tentunya tidak lepas dengan kehadiran *coffee shop* (kedai kopi). Sejak didirikannya Starbucks pada tahun 2002 di Plaza Indonesia menjadi inspirasi bagi pebisnis untuk mendirikan *coffee shop* lokal. Hasil riset TOFFIN pada tahun 2019 menyatakan bahwa, perusahaan yang menyediakan jalan keluar bagi bisnis seperti barang dan jasa pada industri kafe, restoran, dan hotel beserta Majalah MIX MarComn mencatat bahwa jumlah gerai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, jumlah tersebut naik hampir tiga kali lipat daripada tahun 2016 yang berjumlah sekitar 1000 gerai.

Menurut data *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2020 tren konsumsi kopi dalam negeri mengalami peningkatan sepanjang lima tahun terakhir. Pada 2018 hingga 2019 jumlah konsumsi kopi dalam negeri mencapai hingga 4.800 kantong bermuatan 60 kilogram. Hal ini membuktikan bahwa kehadiran *coffee shop* di Indonesia saat ini menjadi tren dan gaya hidup yang tidak terlepas dari masyarakat. Gaya hidup ini terjadi pada masyarakat perkotaan karena masyarakat perkotaan membutuhkan ruang untuk berkumpul dan menghilangkan rasa jenuh setelah beraktivitas. Pada awalnya *coffee shop* hanya ditemukan di area pusat perbelanjaan, tetapi saat ini *coffee shop* sudah bisa ditemukan mulai dari pinggir jalan sampai ke lingkungan perumahan masyarakat.

Kota Makassar tidak ketinggalan menyambut antusiasnya persaingan bisnis *coffee shop*, Kota Makassar yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan menjadi *living room* untuk kawasan bagian timur Indonesia dan sebagai kota besar yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan

teknologi dan informasinya pun semakin cepat. Di Makassar, banyak bermunculan cafe-cafe dengan kategori modern cafe, antara lain Kaganga Coffee, Euphoria Cafe, Duajiwa, Tokio Coffee Lab, Anomali, dan Heaven. Selain menyediakan makanan dan minuman, cafe-cafe tersebut juga menawarkan suasana serta tempat yang nyaman untuk bersantai. Oleh karena itu cafe-cafe yang ada saat ini bersaing ketat untuk dapat menjadi yang terbaik. Hal ini membuktikan bahwa bisnis *coffee shop* di Kota Makassar saat ini semakin berkembang. Menjamurnya fenomena *coffee shop* dapat memberi peluang pekerjaan di Kota Makassar.

Hadirnya bisnis *coffee shop* menyebabkan para pemilik *coffee shop* di Kota Padang menjadi semakin bersaing dalam memasarkan *coffee shop* milik mereka. Strategi pemasaran yang beragam dilakukan pemilik *coffee shop* untuk mengembangkan *coffee shop* seperti memberikan diskon, promosi musiman, kemasan produk yang menarik, mengadakan acara musik seperti akustik, *live music* dan lain sebagainya. Tidak hanya itu, pemilik *coffee shop* di Kota Makassar juga melakukan berbagai macam promosi yang viral di jejaring media sosial. Penggunaan media sosial bertujuan untuk mendapatkan perhatian masyarakat karena di zaman digital kini semua kegiatan yang dibagikan ke media sosial mudah tersebar dan masyarakat dengan cepat mendapatkan informasi. Strategi pemasaran yang dilakukan para pemilik *coffee shop* harus mengikuti perkembangan pasar dan memberikan gambaran yang jelas sesuai dengan target pasar. Oleh karena itu, pemilik *coffee shop* harus bisa menjalankan strategi pemasaran yang baik agar dapat meningkatkan pasarnya.

Kehadiran bisnis *coffee shop* tidak dapat dipisahkan dengan adanya barista. Menjamurnya fenomena *coffee shop* berdampak pada meningkatnya kebutuhan *coffee shop* untuk menghadirkan barista. Pada awalnya pekerjaan sebagai barista dikerjakan oleh laki-laki, akan tetapi saat ini pekerjaan barista juga dikerjakan oleh perempuan. Kehadiran perempuan yang bekerja sebagai barista memberikan warna bagi perkembangan bisnis *coffee shop*. Saat ini beberapa *coffee shop* di Kota Padang menghadirkan perempuan sebagai barista tidak hanya sebagai pembuat minuman kopi tetapi juga sebagai strategi pemasaran untuk mewakili citra produk dan perusahaannya. Kehadiran barista perempuan merupakan daya tarik bagi *coffee shop* karena pada umumnya penikmat kopi adalah laki-laki.

Umumnya pemilik *coffee shop* saat ini cenderung menjadikan barista perempuan sebagai daya tarik untuk menarik pelanggan terutama laki-laki yang menjadi target utama bagi *coffee shop*. Kehadiran barista perempuan di Kota Makassar ini memunculkan *stereotype* karena perempuan yang bekerja sebagai barista dianggap sebagai alat untuk memperindah *coffee shop*, dengan kata lain kemampuan membuat minuman kopi dianggap tidak terlalu penting. Beberapa *coffee shop* di Kota Padang saat ini tidak hanya sekedar menjual produknya, *coffee shop* mulai menjual pengalaman, kelas sosial, makna dan barista perempuan

sebagai minat yang sengaja dibentuk oleh *coffee shop* tersebut. Pernyataan tersebut didukung oleh pendapat yang disampaikan oleh Denise Lee Yohn pada video presentasinya di channel Youtube TEDx Talks yang berjudul What Great Brands Do pada tahun 2014, Denise Lee Yohn menyatakan bahwa di era digital saat ini perusahaan tidak lagi menjual produknya. Perusahaan saat ini lebih menawarkan signifikansi, komunitas, peningkatan status sosial karena hal tersebut memiliki nilai yang lebih berharga dan berbeda dari yang lain. Dalam video presentasinya tersebut Denise Lee Yohn menjelaskan bagaimana loyalitas dan cara menegaskan merek yang dimiliki.

Hadirnya barista perempuan di Kota Makassar menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti. Mungkin saja dibalik tugasnya sebagai barista, perempuan juga bertugas sebagai daya tarik yang sengaja dibentuk oleh *coffee shop* tersebut. Dalam menghadirkan barista perempuan, pemilik *coffee shop* di Kota Makassar memiliki penilaian dan pelatihan sesuai dengan citra maupun konsep *coffee shop* tersebut. Pemilik *coffee shop* akan menentukan barista perempuan seperti apa yang memiliki daya tarik dan dapat memberi kesan untuk pelanggan yang berkunjung ke *coffee shop* miliknya. Karena beberapa *coffee shop* di Kota Makassar saat ini tidak hanya sekedar menjual produknya, namun juga menjual apa yang tidak bisa didapatkan oleh pelanggan di *coffee shop* lain selain *coffee shop* miliknya. Pelanggan yang datang ke *coffee shop* sebelum memutuskan untuk memesan menu mereka akan memulai bagaimana kesan pertama yang didapat dari *coffee shop* tersebut, salah satunya yaitu barista perempuan yang diposisikan sebagai *frontliner*. Posisi barista perempuan sebagai *frontliner* ini memunculkan *stereotype* di masyarakat dimana penampilan barista perempuan dianggap sebagai alat untuk memperindah *coffee shop*. Munculnya *stereotype* di masyarakat tidak mengurangi minat pemilik *coffee shop* untuk menghadirkan barista perempuan.

Beberapa *coffee shop* yang ada di Kota Makassar maka peneliti menemukan bahwa kehadiran perempuan sebagai barista menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Kehadiran perempuan sebagai barista terlihat sengaja ditampilkan sebagai fokus utama yang dianggap mewakili strategi pemasaran *coffee shop* yang dapat menarik pelanggan. Hal tersebut menjadi potensi ekonomi yang dilihat oleh para pemilik *coffee shop* di Kota Makassar.

Dari banyaknya penelitian mengenai kopi, *coffee shop*, barista tetapi penelitian mengenai faktor pendorong bagi perempuan untuk menjadi barista dan bagaimana lingkungan *coffee shop* memengaruhi gaya hidup barista perempuan masih kurang dikaji, sehingga peneliti ingin mengetahui dan mengupas lebih dalam mengenai hal tersebut dengan mengusung judul penelitian "Representasi Gaya Hidup Barista Wanita di Kota Makassar".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran rutinitas kehidupan barista wanita di Kota Makassar?
2. Apa faktor yang mendorong dan menarik perempuan untuk menjadi barista?
3. Bagaimana gaya hidup barista perempuan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan gambaran rutinitas kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh barista perempuan di Kota Makassar.
2. Menjelaskan faktor-faktor yang mendorong dan menarik perempuan untuk menjadi barista.
3. Menjelaskan gaya hidup barista perempuan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan metode bagi pembaca dan peneliti sendiri. Sebagai salah satu karya etnografi, hasil penelitian ini mampu menjadi sumber referensi, dan memantik untuk dilakukannya penelitian lanjutan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan bagi para *stake holder* (pemangku kepentingan) untuk berbagai tujuan praktis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian yang relevan memuat uraian yang sistematis tentang penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya dan yang ada hubungannya dengan penelitian ini, sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Adji dan Rahayu (2019) mengenai “Representasi Gaya Hidup dan Tradisi Minum Kopi dalam Karya Sastra” berfokus pada bagaimana minum kopi sebagai suatu tradisi dan gaya hidup yang ditampilkan dalam karya sastra. Karya sastra yang digunakan sebagai objek dalam studi ini yakni cerpen “Filosofi Kopi” yang menceritakan tentang budaya minum kopi pada masyarakat urban dan masyarakat rural di Indonesia. Penelitian ini mengungkapkan bahwa budaya minum kopi memiliki dua representasi, kopi sebagai gaya hidup dan kopi sebagai tradisi. Representasi kopi sebagai gaya hidup diperlihatkan dari cara kaum urban memproduksi citra tertentu melalui aktivitas minum kopi, sementara minum kopi sebagai tradisi direpresentasikan dari cara masyarakat rural memaknai kopi sebagai bagian yang melekat dalam kehidupan keseharian yang sederhana.

Penelitian Muawiah (2019) mengkaji gaya hidup mahasiswa terhadap maraknya *coffee shop* dalam perspektif ekonomi islam dengan pengukuran gaya hidup *activities, interest, opinion*. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa senang menghabiskan waktu di *coffee shop*, aktivitas yang menunjukkan suatu gaya hidup mahasiswa pun sangat beragam dilakukan mulai dari nongkrong, *hangout*, diskusi mengenai pekerjaan, mengerjakan tugas kuliah dan sekolah. Fenomena kesenangan mahasiswa yang senang nongkrong di *coffee shop* menjadi bukti adanya ketertarikan tidak hanya terhadap rasa makanan atau minuman yang dijual di *coffee shop*, akan tetapi daya tarik lain seperti nyamannya fasilitas yang disediakan.

Zulfikar (2019) memfokuskan kajiannya pada gaya hidup barista dan mahasiswa pengunjung *coffee shop*. Penelitian ini mengemukakan bahwa gaya hidup budaya *ngopi* bagi masyarakat umum khususnya mahasiswa memiliki variasi, mulai dari menunjukkan hasil seduhan di media sosial sampai kepada menjadikan *ngopi* sebagai budaya, sehingga bermunculan kedai kopi yang menjadi ruang berinteraksi bagi mahasiswa yang ingin melakukan kegiatan positif seperti mengerjakan tugas dan atau hanya sekadar *nongkrong*.

Pandangan dan ekspresi remaja mengenai kafe sebagai bagian dari gaya hidup juga dikaji oleh Rahman (2022). Penelitian ini merupakan jenis penelitian

kualitatif yang menunjukkan bahwa remaja betah di kafe karena ketertarikannya dengan suasana berbeda, keunikan kafe dari segi menu, musik, dan desain interior yang modern. Menjamurnya *coffee shop* menjadikan remaja setiap pekan *nongkrong* di kafe agar terkesan gaul dan keren, hal ini menjadi kebiasaan baru sehingga menjadi perilaku yang dulunya kafe identik dengan lingkungan formal dari kalangan eksekutif namun kini berubah menjadi tempat yang digandrungi oleh remaja.

Dari beberapa literatur di atas, yang menjadi pembeda dari penelitian ini yakni penelitian ini mengacu pada bagaimana *coffee shop* memengaruhi gaya hidup dan bentuk dari gaya hidup yang dialami barista di Kota Makassar.

B. Konsep Relevan

1. Gaya Hidup

Kotler dan Keller (2012:192) mengemukakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seorang yang direpresentasikan melalui aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup merepresentasikan seluruh pola seseorang dalam berinteraksi. Secara luas, gaya hidup dideskripsikan sebagai cara hidup dimana orang melakukan aktivitas yang dianggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri sendiri dan disekitarnya (Setiadi, 2008:148).

Tiap masyarakat memiliki gaya hidup yang berbeda-beda dan bersifat dinamis. Perilaku-perilaku yang nampak dalam gaya hidup merupakan campuran dari kebiasaan, cara-cara yang disepakati bersama dalam melakukan sesuatu, dan perilaku yang terencana (Priansa, 2017:185). Gaya hidup berkaitan dengan bagaimana seseorang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang menjadi minat, dan apa yang dipikirkan terkait diri sendiri dan dunia sekitar (opini). Chaney (dalam Bagong, 2013:142) mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain.

Terdapat faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup terbagi atas dua yakni dari dalam diri (internal) dan luar diri (eksternal):

a. Faktor Internal

Adapun faktor internal yang memengaruhi gaya hidup antara lain:

- 1) Sikap, merupakan kondisi jiwa yang merupakan refleksi dari pengetahuan dan cara berpikir untuk memberikan respon terhadap suatu objek melalui pengalaman dan secara langsung pada perilaku yang ditampilkannya
- 2) Pengalaman dan Pengamatan. Pengalaman mampu memengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, dapat diperoleh dari semua

tindakan di masa lalu dan dapat dipelajari. Hasil dari pengamatan sosial membentuk pandangan terhadap suatu objek

- 3) Kepribadian, merupakan konfigurasi karakteristik dari individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. Kepribadian memengaruhi selera yang dipilih seorang, sehingga juga memengaruhi gaya hidup
- 4) Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian menentukan perilaku seseorang dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan awal timbulnya perilaku yang ditampilkan.
- 5) Persepsi, adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk membentuk suatu gambar atas informasi tersebut.

b. Faktor Eksternal

Berikut faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup:

- 1) Kelompok referensi, merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Pengaruh langsung datang dari kelompok dimana seseorang menjadi anggota dan saling berinteraksi pun sebaliknya. Pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.
- 2) Keluarga, faktor ini memegang peranan besar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidup.
- 3) Kelas sosial, merupakan sebuah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku.
- 4) Kebudayaan, meliputi pengetahuan, moral, kesenian, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola perilaku yang normative meliputi pola pikir, merasakan dan bertindak.

Priansa (2017:187) menunjukkan bahwa secara umum bentuk-bentuk gaya hidup antara lain:

- a) Gaya hidup mandiri, merupakan salah satu fenomena yang populer dalam kehidupan perkotaan. Perusahaan harus memahami dengan baik terkait dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan gaya hidup yang mandiri. Gaya hidup ini biasanya mampu terlepas dari budaya konsumerisme, karena konsumen menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta mampu berpikir inovatif dan kreatif dalam menjangkau kemandiriannya.

- b) Gaya hidup modern, erat kaitannya dengan gaya hidup digital. Gaya hidup digital merupakan istilah yang seringkali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup dimana sarat akan penggunaan teknologi dan informasi digital.
- c) Gaya hidup hedonis, merupakan suatu pola hidup yang aktivitasnya mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, senang membeli yang disenangi, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

C.Barista dan Budaya Minum Kopi

Secara etimologi, kata “barista” berasal dari bahasa Italia “bartender” yang artinya orang yang menyajikan segala macam minuman bukan hanya kopi. Sekarang ini, barista dipahami sebagai seorang yang menyiapkan dan menyajikan kopi-kopi berbasis *espresso* dan memiliki keahlian untuk meracik kopi yang melibatkan berbagai campuran dan rasio semacam *latte* dan *cappuccino*. Barista memiliki peran penting dalam sebuah sistem kerja *coffee shop* atau kafé, tidak hanya menyajikan kopi, namun barista juga menyiapkan segala perlengkapan bahan baku yang akan digunakan selama sehari di *coffee shop*, barista juga harus memastikan semua alat yang digunakan meracik kopi sudah bersih dan layak pakai, terkadang barista juga menjadi kasir. Dengan konsep *coffee shop*, barista diuntut untuk berinteraksi dengan pelanggan secara langsung dan membantu pelanggan memilih minuman yang tepat.

Dalam penelitian kali ini, barista menjadi subjek utama yang akan di teliti. Sebagai salah satu profesi yang sekarang banyak digemari kalangan muda, penelitian ini ingin melihat bagaimana lingkungan *coffee shop* memengaruhi gaya hidup barista dan bentuk gaya hidup yang ditimbulkan dari lingkungan *coffee shop*.

Ada tiga daerah utama di Indonesia yang menghasilkan kopi; Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Jawa merupakan daerah terbesar dalam hal produksi kopi. Jawa terkenal dengan kopi Arabikanya yang bercita rasa tinggi. Selain itu Jawa juga terkenal menghasilkan salah satu kopi tertua terbaik di dunia yaitu *Old Java*. Bahkan karena pernah memonopoli pasar kopi dunia, 'Java' dijadikan istilah pengganti kata 'kopi' di luar sana. Biji kopi dari daerah ini dapat disimpan dalam gudang selama dua sampai tiga tahun. Hal ini akan menambah kepekatan rasa yang kuat seperti karakteristik kopi Arabika.

Pulau lain yang memproduksi kopi skala besar di Indonesia adalah Sulawesi, yang dulu pernah dikenal dengan nama Celebes. Daerah penanaman kopi paling terkenal di Sulawesi adalah Toraja, kopi dari daerah ini menggunakan sistem penanaman tradisional. Proses pemilihan dan pemetikan kopi dilakukan dengan menggunakan tangan dan menghasilkan kopi dengan kualitas sangat tinggi. Kopi Toraja memiliki keunikan tersendiri; kepekatan yang dipadukan dengan aroma manis dan memiliki *crisp and clean aftertaste*. Tingkat produksi yang tidak terlalu

tinggi membuat kopi ini memiliki *demand* yang tinggi dari para *connoisseur* (ahli pengecap makanan) di seluruh dunia.

Sumatera juga merupakan daerah utama penghasil kopi di Indonesia. Sumatera menghasilkan dua varian kopi paling terkenal dan berkualitas tinggi : Mandailing dan Ankola. Kopi Mandailing diproduksi di pinggiran kota Padang, di distrik kopi pantai Barat. Karakteristik yang dimiliki kopi ini adalah tingkat keasaman yang rendah, kekentalan yang tinggi dengan kepekatan rasa yang kompleks. Daerah lain yang memproduksi kopi adalah Flores dan Papua. Belakangan ini kopi Arabika Papua mulai menarik hati masyarakat dengan rasanya yang kompleks. Hal ini disebabkan oleh tanah yang ada di Papua belum banyak diolah dan masih mengandung unsur hara alami.

Pada dasarnya seduhan kopi khas Indonesia adalah kopi tubruk (serbuk kopi yang langsung diseduh menggunakan air panas), namun di beberapa daerah tertentu banyak pecinta kopi Indonesia yang memberikan sentuhan khas pada kopi mereka. Hal ini dapat dilihat dalam pembahasan berikut;

a. Angkringan

Angkringan berasal dari kata 'angkring' dalam bahasa Jawa yang berarti duduk santai. Angkringan yang sudah ada sejak tahun 50-an dapat ditemukan di Yogyakarta pada petang menjelang malam. Angkringan biasanya berbentuk gerobak maupun gerobak tandu sederhana, tak jarang pengunjung yang ada harus duduk lesehan beralaskan tikar di pinggir jalan atau di dalam kendaraan. Di angkringan, semua orang dari berbagai latar belakang dapat duduk dan membicarakan apa saja. Ditemani secangkir kopi atau teh poci dan lauk yang dapat diambil sendiri, pengunjung dapat menikmati malam di Yogya dengan santai tanpa adanya *prejudice* karena siapa saja (tanpa batasan SARA) dapat menikmati angkringan. Uniknya, di angkringan orang dapat ikut larut dalam topik yang dibicarakan walaupun tidak saling mengenal. Tak ada larangan formal, tetapi yang jelas pengunjung perlu menjaga budaya angkringan, yaitu *tepo sliro* (toleransi), kemauan untuk berbagi dan *biso rumongso* (menjaga perasaan orang lain). Bisa diartikan tak perlu berebut tempat dan menghargai orang lain yang duduk berdekatan. Salah satu sajian khas yang dapat dinikmati di angkringan adalah kopi joss, yakni kopi yang dicelupkan arang membara. Namanya sendiri didapat dari bunyi arang yang dimasukkan ke dalam kopi. Ternyata arang dapat menetralkan asam yang ada di dalam kopi dan membuatnya menjadi lebih nikmat.

b. Budaya *Rumpidi* Warung Kopi

Budaya ini sungguh sangat kental ditemukan di beberapa warung kopi Indonesia, contohnya bila singgah di warung kopi Apek, pengunjung akan paham bagaimana kota Medan disebut kota tua yang hidup karena dukungan etnis yang beraneka ragam. Di warung ini etnis China, Jawa, Tamil, Nias, Mandailing, Toba, Karo, Simalungun, hingga Melayu dengan latar belakang agama beraneka ragam hidup

rukun, duduk dan berbincang bersama di warung kopi ini. Kopi yang dihidangkan adalah kopi O (kopi hitam pekat yang disaring berkali-kali; khas kopitiam) yang dapat dinikmati dengan roti panggang selai sarikaya atau telur setengah matang. Bila memesan kopi susu, susu kental manis disajikan dalam wadah lain untuk dicampur sendiri sesuai selera. Obrolan yang terdengar seperti biasa adalah kejadian terbaru di kota yang diselipi sedikit perbincangan mengenai bisnis terbaru. Medan memang kota besar, tapi intensitas atau hubungan personal masyarakatnya cukup tinggi. Di sinilah kelebihan warung Apek, sebuah tempat bagi masyarakat lokal untuk berinteraksi secara intens, pemandangan yang rasanya asing di temukan di warung kopi modern di Jakarta.

c. Minum kopi di Perkebunan Kopi

Beberapa perkebunan kopi mengusung kegiatan keliling perkebunan untuk dapat mempelajari kopi lebih dalam lagi. Salah satu perkebunan itu adalah *Losari Coffee Plantation*. Di sini pengunjung dapat melihat langsung pembudidayaan dan pengolahan kopi yang masih menggunakan mesin zaman dulu. Selain itu pengunjung juga dapat menikmati suguhan kopi tubruk tradisional dengan gula aren. Sekilas kopi tubruk ini sama saja dengan kopi tubruk lainnya, perbedaannya terletak dari cara menikmatinya. Caranya adalah dengan mengunyah gula aren terlebih dahulu baru meminum kopi. Kopi yang ada juga dapat ditambahkan dengan gula pasir sesuai selera. Di sini pengunjung juga dapat mengunyah biji kopi yang disediakan.

d. Minum kopi di Batok Kelapa

Kopi Takar merupakan kopi khas Mandailing Natal, Sumatera Utara. Sesuai dengan namanya, takar yang berarti tempurung atau batok kelapa menjadi wadah penyajiannya. Unikny kopi takar disajikan dalam cangkir batok tersebut dengan sebatang kayu manis dimasukkan ke dalamnya yang berfungsi sebagai sedotan. Sensasi kopi yang melewati kayu manis memberikan kehangatan hingga ke perut bagi yang meminumnya. Cita rasa kopi ini diperkuat dari cara pembuatannya; Kopi Mandailing diseduh dengan rebusan air gula aren, dan sebagai sentuhan akhir, celupkan sebatang kayu manis ke dalamnya.