

Fenomena Maraknya Kopi Angkringan di Era Milenial Sekarang

Esa Wiratno¹, Raisah Fahirah², Maulana Adinata Dalimunthe³

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ewiratno57@gmail.com, raisahfahirah23@gmail.com, maulanaandinatad@usu.ac.id

ABSTRACT

This article aims to find out the reasons for the phenomenon of the rise of angkringan coffee in the current millennial era. The type of research used in this article uses qualitative research with a phenomenological approach. Based on the results of the observations made, the researchers found that the rise of angkringan coffee was caused by several factors. Among them, taking advantage of opportunities to run an angkringan business, caring for culture, being aware of the quality of coffee produced from the country, changing behavior and hanging out habits of millennials, community and social space.

Keywords: *Phenomenon, Millennials, Angkringan Coffee.*

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui alasan dari fenomena maraknya kopi angkringan di era milenial sekarang. Jenis penelitian yang digunakan dalam artikel ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa maraknya kopi angkringan terjadi disebabkan beberapa faktor. Di antaranya, memanfaatkan peluang untuk menjalankan bisnis angkringan, kepedulian terhadap budaya, sadar akan kualitas kopi yang dihasilkan dari negeri, perubahan perilaku dan kebiasaan nongkrong kaum milenial, komunitas dan ruang bersosialisasi.

Kata Kunci: *Fenomena, Kaum Milenial, Kopi Angkringan.*

PENDAHULUAN

Era milenial adalah periode waktu yang mencakup generasi yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996. Generasi ini juga dikenal dengan generasi Y. Mereka merupakan generasi yang tumbuh dan berada pada masa transisi yang signifikan dalam perkembangan teknologi dan digitalisasi (Zis et al., 2021).

Perkembangan teknologi dan pergeseran nilai-nilai dalam era milenial telah memberikan pengaruh yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola konsumsi, interaksi sosial, dan dunia kerja. Generasi milenial juga memiliki peran penting dalam membentuk *trend* dan perubahan dalam masyarakat saat ini.

Kopi angkringan merupakan fenomena yang cukup populer di Indonesia, terutama di era milenial. Maraknya kopi angkringan di Era Milenial sekarang akibat

adanya aktivitas mahasiswa yang sering berkumpul atau sekedar nongkrong. Aktivitas mahasiswa yang suka mengopi sembari berdiskusi membuat ramai tempat kopi, sehingga para pengusaha berlomba-lomba untuk terus membuka angkringan serta meningkatkan fasilitas dan tempatnya (Arif & Iskhak, 2015).

Fenomena maraknya kopi angkringan di era milenial memiliki beberapa faktor penyebab, antara lain: harga terjangkau, nuansa kekinian, kebebasan berekspresi, kemudahan akses dan fleksibilitas, dan kualitas kopi yang baik. Oleh karena itu, fenomena maraknya kopi angkringan di era milenial adalah hasil dari kombinasi faktor-faktor di atas, yaitu kopi angkringan memberikan pengalaman yang terjangkau, kekinian, dan santai bagi milenial, sehingga menjadi tempat populer untuk bersantai, berkumpul, atau bekerja sambil menikmati kopi (Faras Putri, 2020).

Berdasarkan paparan di atas, penulis mengemukakan pertanyaan yang menjadi rumusan masalah, yaitu: apa alasan dari fenomena maraknya kopi angkringan di era milenial dan bagaimana dampak pola pikir kaum milenial di tengah maraknya fenomena kopi angkringan ?

TINJAUAN LITERATUR

Generasi milenial pada umumnya adalah masa remaja yang menjadi masa-masa yang menyenangkan. Fase perkembangan pada diri anak muda menjadi masa yang rentan dan kritis. Pada tahap ini, remaja atau anak muda mulai mencari jati diri yang akan menentukan kehidupan dimasa dewasa mereka nanti. Secara umum, definisi remaja untuk masyarakat Indonesia memiliki batasan usia antara 11 tahun hingga 24 tahun dan belum menikah .

Pada era milenial ini, kopi angkringan hampir dapat kita temui di segala tempat di seluruh Indonesia. Munculnya kopi angkringan dengan berbagai konsep yang menarik dan didukung dengan sajian variasi minuman yang unik menjadikan tempat ini eksis dan semakin digemari oleh para kaum milenial. Melihat hal yang terjadi, tentu terdapat faktor-faktor yang menjadi alasan kaum milenial memilih kopi angkringan untuk menghabiskan waktunya (Herlyana 2012).

Fenomena kopi angkringan di era milenial menjadi gejala gaya hidup baru kaum muda. Namun yang menjadi perhatian adalah apakah kebiasaan ini menjadi dampak terhadap pola pikir dan tingkah laku kaum milenial ini sendiri. Terjadinya fenomena maraknya kopi angkringan, dapat dilihat dari adanya pengunjung yang biasanya di kunjungi oleh kaum laki-laki dewasa, menjadi kalangan anak muda dan tidak hanya dari kalangan laki-laki tetapi juga dari kalangan perempuan (Herlyana, 2012).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dan pendekatannya fenomenologi (Butar Butar, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sudut pandang partisipan tentang pemahaman umum realitas sosial terkait fenomena maraknya kopi angkringan di era milenial. Peneliti memiliki alasan menggunakan metode ini karena untuk memperoleh serta memahami peristiwa yang terjadi dengan alami, sehingga dilakukan penelitian langsung ke lapangan (Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, 2020).

Data primer yang diperoleh dari penelitian ini bersumber dari hasil pengamatan dan observasi, serta wawancara pada informan yang terdiri dari mahasiswa dan anak remaja pada umumnya. Data primer sebagai data pendukung data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, kutipan, catatan, dan sumber-sumber yang relevan lainnya (Afrizal, 2014).

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara dan observasi (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kopi Angkringan

Kopi angkringan adalah konsep warung kopi tradisional yang berasal dari Jawa, Indonesia. Istilah "Angkringan" merujuk pada warung kecil yang biasanya berada di pinggir jalan atau trotoar, dengan meja dan kursi sederhana yang bisa digeser atau dipindahkan. Angkringan merupakan tempat favorit bagi banyak orang untuk menikmati secangkir kopi dan makanan ringan sambil bersantai (Muawanah, 2019).

Warung kopi angkringan memiliki suasana yang santai dan ramah, dengan dekorasi yang sederhana dan nuansa tradisional. Meja dan kursi yang terbuat dari kayu dan bambu, menciptakan suasana yang hangat dan alami.

Kopi angkringan terkenal karena menyajikan kopi dengan cita rasa yang khas. Kopi yang di sajikan biasanya kopi tradisional Indonesia, seperti tubruk atau kopi jawa. Proses pembuatan kopi dilakukan secara tradisional, dengan cara menyeduh bubuk kopi dengan air panas dalam cangkir atau gelas kecil, kemudian menunggu beberapa saat agar bubuk kopi mengendap di dasar wadah sebelum di minum. Selain itu, beberapa angkringan juga menyajikan kopi lainnya seperti sanger, ekspreso, *cappuccino*, dan lain sebagainya sesuai dengan preferensi pelanggan (Saputri, 2023).

Berdasarkan observasi yang dilakukan, kopi angkringan bukan hanya tempat untuk menikmati kopi dan makanan, tetapi menjadi tempat berkumpul, berdiskusi, dan bersosialisasi. Banyak orang dari latar belakang sosial, termasuk mahasiswa, pekerja, dan warga lokal yang sering mengunjungi angkringan untuk bertemu teman, berbicara tentang topik-topik menarik, atau sekedar melepas penat setelah bekerja seharian.

Secara keseluruhan, kopi angkringan adalah tempat yang sederhana namun nyaman, dimana orang-orang dapat menikmati suasana santai sambil menikmati kopi dan makanan ringan. Hal ini termasuk ikon dari budaya kopi tradisional Indonesia yang terus populer hingga saat ini.

Temuan dan Analisis Data

Keberadaan kopi angkringan di berbagai kota yang ada di Indonesia telah mempengaruhi sikap dan perilaku anak-anak muda untuk singgah, mampir, bahkan nongkrong berlama-lama menghabiskan waktu bersama teman ataupun pacar. Selain itu, keberadaan angkringan dijadikan ajang eksistensi diri para remaja melalui berbagai akses di berbagai media sosial seperti foto dan video sebagai momen yang dibagikan pada lingkungan sosialnya secara virtual.

Berdasarkan hasil observasi, keberadaan kopi angkringan saat ini tidak lagi sekedar tempat untuk memuaskan dahaga atau rasa lapar. Bagi sebagian anak muda, kopi angkringan merupakan sarana untuk membangun kehidupannya, baik dalam hal bergaul, maupun mengaktualisasikan gaya hidup.

Kehadiran kopi angkringan menjadi salah satu pusat pengembangan ekonomi kreatif dengan memanfaatkan peluang. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, peneliti menemukan bahwa penjual atau pekerja kopi angkringan terdiri dari kaum remaja milenial. Dengan berbagai macam latar belakang seperti mahasiswa atau warga lokal, para remaja memiliki kesempatan untuk mengembangkan pengalaman sebagai pebisnis dengan usaha kopi angkringan saat ini. Berdasarkan hal tersebut, para remaja mempromosikan tempat dagangan mereka untuk mengundang teman atau keluarga agar berkunjung ke kopi angkringan mereka. Oleh karena itu, hal ini menjadi alasan kenapa kaum milenial ramai mengunjungi kopi angkringan.

Alasan lain maraknya fenomena kopi angkringan didasari oleh perilaku nongkrong anak muda yang menjadi faktor pendukung gaya hidup seseorang dalam kaitannya dengan perilaku mengonsumsi ruang kopi angkringan. Terbentuknya iklim nyaman, suasana pendukung seperti kesan yang merepresentasikan jiwa muda, mengenal penjual, suasana ramai dan latar tempat yang terbilang terbuka, menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku anak muda untuk menjadikan kopi angkringan sebagai tempat favorit mereka.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, pola pikir kaum milenial memiliki dampak signifikan pada fenomena kopi angkringan. Berikut adalah beberapa dampak yang dapat terlihat:

1. Minat dalam pengalaman unik: kaum milenial cenderung mencari pengalaman yang unik dan autentik. Mereka tertarik pada tempat-tempat yang menyajikan suasana yang berbeda dan menawarkan pengalaman yang berbeda dari tempat-tempat lainnya. Kopi angkringan dengan nuansa tradisional dan suasana yang santai memberikan alternatif yang menarik bagi kaum milenial yang ingin mencoba pengalaman baru.
2. Keterkaitan dengan budaya dan identitas: kaum milenial sering kali mencari cara untuk terhubung dengan identitas budaya mereka. Kopi angkringan, sebagai bagian dari budaya tradisional Indonesia, dapat memberi rasa ketertarikan dengan warisan budaya mereka. Hal ini dapat meningkatkan minat kaum milenial dalam mengunjungi kopi angkringan untuk menghargai dan merayakan aspek-aspek budaya lokal.
3. Komunitas dan tempat bersosialisasi: kopi angkringan sering kali menjadi tempat berkumpul dan bersosialisasi bagi kaum milenial. Dalam era digital dan terhubung secara *online*, kaum milenial mencari tempat-tempat fisik dimana mereka dapat bertemu dan berinteraksi secara langsung dengan orang lain. Kopi angkringan yang santai dan ramah menciptakan lingkungan yang cocok untuk berkumpul dengan teman-teman atau keluarga, berbagi cerita, dan memperluas jaringan sosial.
4. Kepedulian terhadap harga terjangkau: kaum milenial sering kali menghadapi tekanan finansial dan mencari pilihan terjangkau dalam kehidupan sehari-hari. Harga terjangkau yang ditawarkan kopi angkringan dapat menjadi faktor penting dalam menarik minat kaum milenial. Melihat kopi angkringan sebagai alternatif yang lebih ekonomis untuk menikmati kopi dan makanan dibandingkan dengan *coffe shop* lainnya yang mungkin lebih mahal.
5. Kesadaran akan keberlanjutan: kaum milenial cenderung memiliki kesadaran yang tinggi terhadap isu-isu lingkungan dan keberlanjutan. Kopi angkringan, dengan pendekatan yang sering kali lebih sederhana dan menggunakan bahan-bahan lokal, dapat mencerminkan nilai-nilai keberlanjutan ini. Beberapa kopi angkringan bahkan menyediakan kemasan ramah lingkungan atau mendukung produsen kopi lokal, yang dapat menarik perhatian kaum milenial yang peduli terhadap isu-isu ini.

Dengan demikian, pola pikir kaum milenial yang mencakup minat dalam pengalaman unik, keterkaitan dengan budaya, keinginan untuk bersosialisasi, kepedulian pada harga terjangkau, dan kesadaran yang berkelanjutan, semuanya berdampak pada popularitas dan daya Tarik kopi angkringan di kalangan generasi ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang ditemukan, dapat diketahui bahwa alasan fenomena maraknya kopi angkringan di era milenial disebabkan faktor kebiasaan kaum milenial yang mencintai aktivitas nongkrong yang menjadi gaya hidup baru, pemanfaatan peluang bisnis yang apa adanya mendorong sebagian kaum milenial untuk mencoba bersaing menjadi pebisnis dengan membuka kopi angkringan. Adanya dampak signifikan dari pola pikir kaum milenial yang berkaitan dengan budaya dan identitas negara Indonesia yang merupakan negara penghasil kopi terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu* (4th ed.). Rajawali Pers. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1139943>
- Arif, M., & Iskhak, B. (2015). Fenomena Mahasiswa Ngopi Di Angkringan 99. *Paradigma*, 03(3), 1–7.
- Butar Butar, M. (2022). *Metode Penelitian Deskriptif* (A. sudirman (ed.); p. 33). Media Sains Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Metodologi_Penelitian_Pendekat/But4EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Faras Putri, Z. (2020). Konsumerisme Anak Muda dalam Budaya Nongkrong. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 11171110000032.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, D. J. S. & R. R. I. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April).
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Muawanah, I. (2019). FENOMENA MARAKNYA COFFEE SHOP SEBAGAI GEJALA GAYA HIDUP ANAK MUDA DI KOTA METRO (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro). *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Saputri, D. A. (2023). *Representasi Image Anak Muda Dalam Budaya Ngopi*. 1(2), 122–135.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>