

INTISARI

Matcha (teh hijau bubuk Jepang) dikenal luas sebagai bahan kaya manfaat untuk kesehatan dan telah umum digunakan dalam minuman maupun makanan. Sebelum adanya restorasi Meiji, *matcha* secara eksklusif dikonsumsi oleh kelas sosial atas. Di negara Jepang sendiri, keberadaan *matcha* merupakan aspek penting yang digunakan dalam upacara minum teh bernama *chado* atau *sado*. Praktik ritualistik yang sakral dan seni ini melibatkan internalisasi nilai dalam mempersiapkan dan menyajikan semangkuk *matcha*. Dengan adanya kapitalisme F&B global telah mengubah *matcha* menjadi produk konsumsi massal di pasaran. Di Jepang, *matcha* dengan mudah ditemukan di berbagai tempat, mulai dari kedai tradisional hingga tempat modern. Kepopularitasan *matcha* juga telah merambah ke generasi muda Jepang sebagai salah satu generasi paling berpengaruh di masyarakat konsumsinya. Oleh karena itu, tulisan ini akan mengamati realitas paradoks yang muncul sebagai ambiguitas selama mengonsumsi *matcha* di kalangan anak muda. Adanya ambivalensi pandangan konsumsi generasi muda terhadap konsumsi nilai warisan tradisional dan konsumsi era modern ini.

Pertanyaan penelitian difokuskan pada bagaimana generasi muda Jepang melakukan praktik konsumsi *matcha* di tengah pertumbuhan industri F&B yang begitu pesat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam dan observasi partisipan dengan generasi muda Jepang di Kyoto dan ditopang oleh studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cara pandang generasi muda terhadap *matcha* berbeda-beda tergantung atas pengalaman individu mereka. Latar belakang sosial-budaya Jepang sangat kuat muncul dalam proses konsumsi. Kehadiran pasar menyediakan kesempatan mereka untuk menegosiasikan makna yang melekat dalam proses konsumsi. Melalui penjelajahan pengalaman konsumen yang beragam, mereka terlibat dalam negosiasi kompleks yang melibatkan apresiasi budaya, ritual, simbol, cita rasa otentik, dan alasan pribadi. Proses negosiasi ini memungkinkan individu untuk menavigasi persimpangan nilai berdasarkan pengalaman unik mereka, berkontribusi pada kekayaan dan keragaman praktik konsumsi mereka.

Kata kunci : Matcha, Generasi Muda Jepang, Konsumsi, Praktik Sosial, Paradoks Budaya

ABSTRACT

Matcha (Japanese green tea powder) is widely known as a rich beneficial ingredient for health and has become commonly used in food and beverages. Before the Meiji Restoration, matcha was exclusively consumed by the upper classes. In their Japanese country, the existence of matcha is an integral part used in the tea ceremony called *Chado* or *Sado*. The sacred ritualistic practice and art involve the internalization of values in preparing and serving a bowl of *matcha*. Global food and beverage capitalism has changed matcha to become a mass product consumption in the market. It's straightforward to look around areas to find matcha, from traditional tea shops to modern places in Japan. The popularity of matcha has also penetrated the younger generation of Japan as one of the most influential generations in their consumption society. Therefore, this writing will observe the paradoxical reality that emerges as ambiguity during the consumption of matcha among young Japanese. There is an ambivalence in the consumption view of the younger generation towards the consumption of traditional heritage values and this modern consumption. This study utilized a combination of in-depth interviews and participatory observation to investigate the experience of Japanese youth in Kyoto and supplemented it with literature studies.

The research question focused on how the young Japanese generation practices matcha consumption amid the rapid growth of the food and beverage (F&B) industry. The research indicates that the Young Japanese perspectives on matcha are various depending on their experiences. The Japanese socio-cultural background has strongly emerged in the consumption process. The presence of the market provides an opportunity for individuals to negotiate the meaning that exists within the consumption process. Through exploring diverse consumer experiences, they engage in a complex negotiation that involves appreciating cultures, rituals, symbols, authentic flavor, and personal reasons. This negotiation process allows individuals to navigate the intersection of value based on their unique experience, contributing to the richness and diversity of their consumption practices.

Keywords: Matcha, Japanese Young, Consumption, Social Practice, Paradox of Culture