

## **IDENTIFIKASI PROFIL IDEAL MINUMAN REMPAH UNTUK GENERASI Z**

### **INTISARI**

**HANA WIDYA CANDRAWATI**

**19/446859/TP/12662**

Minuman rempah merupakan minuman yang berasal dari rempah lokal yang merupakan warisan budaya bangsa Indonesia berupa racikan yang telah diwariskan secara turun temurun, namun kurang diminati oleh generasi muda sehingga perlu diketahui profil ideal yang diinginkan. Profil ideal merupakan sebuah analisis deskriptif mengenai penilaian konsumen terhadap sebuah produk dengan menilai intensitas yang dirasakan dan intensitas ideal sebuah produk sehingga didapatkan data sensorik yang akan menunjang terbentuknya profil ideal. Belum banyak penelitian yang membahas mengenai profil ideal minuman rempah pada Generasi Z, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana profil ideal minuman rempah pada Generasi Z. Selain itu tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui sifat di luar sensoris.

Profil ideal yang diinginkan adalah minuman *ready-to-drink* (RTD) dengan bahan tambahan lain berupa susu, memiliki rasa yang manis, bertekstur encer, memiliki *mouthfeel* halus dan *aftertaste* pedas, berwarna kuning tidak bening, bersuhu hangat, ukuran 250 mL dan kemasan antara *sachet* atau botol kaca. Kemudian, responden pada penelitian ini tidak memiliki ketertarikan dalam mengonsumsi minuman rempah namun kesukaan terhadap minuman rempah karena efek kesehatan, dan ketidaksukaan adalah karena rasa pahit. Responden menyetujui bahwa minuman rempah merupakan minuman yang menyehatkan, memiliki khasiat yang menyehatkan dan dapat mengurangi risiko lain. Generasi Z sadar akan kewajiban mereka dalam melestarikan pangan lokal dan menurut mereka perlu adanya pengembangan kreatif dan baru agar dapat memikat generasi tersebut, serta generasi ini memahami mengenai keberlanjutan rempah. Perlu dilakukan promosi yang masif agar dapat meningkatkan frekuensi mengonsumsi minuman rempah kalangan Generasi Z.

Kata kunci: Profil ideal, minuman rempah, kebiasaan konsumsi, faktor penarik, faktor penghambat, katakter sensoris dan non-sensoris persepsi emosi, dan persepsi kolatif

## **IDENTIFYING THE IDEAL PROFILE OF SPICE DRINKS FOR GENERATION Z**

### **ABSTRACT**

**HANA WIDYA CANDRAWATI**

**19/446859/TP/12662**

Spice drinks are drinks derived from local spices which are the cultural heritage of the Indonesian people in the form of concoctions that have been passed down from generation to generation, but are less attractive to the younger generation so it is necessary to know the desired ideal profile. Ideal profile is a descriptive analysis of consumer assessment of a product by assessing the perceived intensity and ideal intensity of a product so that sensory data is obtained that will support the formation of an ideal profile. Not many studies have discussed the ideal profile of spice drinks in Generation Z, so the purpose of this study is to find out how the ideal profile of spice drinks in Generation Z is. In addition, the purpose of this research is to find out the properties beyond sensory.

The desired ideal profile is a ready-to-drink (RTD) drink with other additives in the form of milk, has a sweet taste, watery texture, has a smooth mouthfeel and spicy aftertaste, yellow color is not clear, warm temperature, size 250 mL and packaging between sachets or glass bottles. Then, respondents in this study did not have an interest in consuming spice drinks but liked spice drinks because of the health effects, and disliked them because of the bitter taste. Respondents agreed that spice drinks are healthy drinks, have healthy properties and can reduce other risks. Generation Z is aware of their obligation to preserve local food and according to them there is a need for creative and new developments to appeal to this generation, and this generation understands the sustainability of spices. Massive promotion is needed to increase the frequency of consuming spice drinks among Generation Z.

**Keywords:** Ideal profile, spice drinks, consumption habits, pull factors, inhibiting factors, sensory and non-sensory characteristics, emotion perception, and collective perception.